

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
RESTAURANTE ESPECIALIZADO EN ALIMENTACIÓN BALANCEADA
EN LA COMUNA XV DE BUCARAMANGA**

**HILDA STELLA ACEROS RODRÍGUEZ
YOLANDA PEÑA LINEROS**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2009**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
RESTAURANTE ESPECIALIZADO EN ALIMENTACIÓN BALANCEADA
EN LA COMUNA XV DE BUCARAMANGA**

**HILDA STELLA ACEROS RODRÍGUEZ
YOLANDA PEÑA LINEROS**

**Proyecto de grado presentado como requisito para optar el título de
profesional en Gestión Empresarial**

**Director
NELSON ENRIQUE MORENO
Ingeniero Industrial**

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

2009

Dedicatoria

A Dios y la Virgen María por permitirme alcanzar esta meta, por ser mi soporte en los momentos de dificultad y por darme la sabiduría para enfrentarlos.

A mi Madre que aunque no me acompaña físicamente, estoy convencida que con sus bendiciones tomé las mejores decisiones.

A mi familia que mediante su apoyo y positivismo me motivaron para no desfallecer en esta lucha diaria.

A mis tutores por su tiempo, sus consejos y apoyo brindado durante el desarrollo de mi formación profesional.

A mis compañeros de estudio quienes me brindaron su apoyo y colaboración.

A todos los que me permitieron alcanzar este sueño, mil y mil gracias,

Yolanda.

DEDICATORIA

Gracias, a Dios por darme sabiduría, fortaleza y optimismo para recorrer este camino. Le agradezco a mi familia, a mi hermana Luz Marina que ha compartido mis afanes, mis luchas, orientándome para convertirme en una gran profesional; mis jefes, mis amigos y compañeros, mis excelentes profesores que han contribuido con su apoyo para culminar con éxito este triunfo.

Dedico este proyecto a mi hijo Oscar Leonardo y agradezco el apoyo, comprensión y el estar feliz de ver a su mamá profesional.

Hilda Stella

CONTENIDO

| | pág. |
|---|------|
| INTRODUCCIÓN | 22 |
| 1. GENERALIDADES | 25 |
| 1.1 PANORAMA GENERAL DEL SECTOR | 25 |
| 1.1.1 Origen, evaluación y tendencias del sector. | 25 |
| 1.1.1.1 Antecedentes. | 25 |
| 1.1.2 Causas del auge sorprendente de los alimentos funcionales. | 37 |
| 1.1.3 Alimentos en el mundo. | 38 |
| 1.1.3.1 Papel de la ciencia en el desarrollo de este campo | 40 |
| 1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO | 41 |
| 1.2.1 Evolución de la ciudad. | 42 |
| 1.2.2 Antecedentes de la ciudad a nivel nutricional. | 42 |
| 1.3 MARCO DE REFERENCIA LEGAL | 44 |
| 2. ESTUDIO DE MERCADOS | 45 |
| 2.1 OBJETIVO GENERAL | 45 |
| 2.1.1 Objetivo General. | 45 |
| 2.1.2 Objetivos Específicos. | 45 |
| 2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO | 46 |
| 2.2.1 Definición, usos y especificaciones del producto y/o servicio. | 46 |
| 2.2.2 Productos sustitutos. | 51 |
| 2.2.3 Productos complementarios. | 51 |
| 2.2.4 Atributos diferenciadores del producto o servicio con respecto a la competencia | 51 |
| 2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO | 51 |
| 2.3.1 Mercado potencial | 51 |
| 2.3.2 Mercado Objetivo. | 52 |
| 2.4. LA DEMANDA | 52 |
| 2.4.1 Investigación de mercados. | 52 |
| 2.4.2 Estimación de la demanda. | 73 |
| 2.4.3 Evolución histórica de la demanda. | 75 |
| 2.4.4 Proyección de la demanda. | 75 |
| 2.5 LA OFERTA | 76 |
| 2.5.1 Análisis de la situación actual de la competencia | 76 |
| 2.5.2 Proyección de la Oferta o Competencia. | 79 |
| 2.6 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA | 81 |
| 2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN | 82 |
| 2.7.1 Estructura de los canales actuales. | 82 |
| 2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales de comercialización. | 83 |
| 2.7.2.1 Ventajas. | 83 |
| 2.7.2.2 Desventajas. | 83 |

| | |
|---|-----|
| 2.7.3 Selección de los canales de comercialización | 84 |
| 2.8 PRECIOS | 84 |
| 2.8.1 Análisis de precios. | 84 |
| 2.8.2 Estrategias de fijación del precio | 85 |
| 2.9 PUBLICIDAD | 85 |
| 2.9.1 Objetivos de la Publicidad. | 85 |
| 2.9.2 Logotipo. | 86 |
| 2.9.3 Lema. | 87 |
| 2.9.4 Análisis de medios. | 88 |
| 2.9.5 Selección de Medios. | 89 |
| 2.9.6 Estrategias Publicitarias. | 89 |
| 2.9.7 Presupuestos de publicidad y promoción. | 90 |
| 2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO | 91 |
| | |
| 3. ESTUDIO TÉCNICO | 94 |
| 3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO | 94 |
| 3.1.1 Descripción del tamaño. | 94 |
| 3.1.2 Factores que condicionan el tamaño del proyecto. | 94 |
| 3.1.3 Capacidad del proyecto. | 96 |
| 3.2 LOCALIZACIÓN | 99 |
| 3.2.1 Macro localización. | 99 |
| 3.2.2 Micro localización. | 99 |
| 3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO | 101 |
| 3.3.1 Ficha técnica. | 102 |
| 3.3.2 Descripción técnica del proceso. | 102 |
| 3.3.4 Control de calidad. | 108 |
| 3.3.5 Recursos. | 113 |
| 3.3.6 Estudio de proveedores. | 117 |
| 3.3.7 Distribución de planta. | 118 |
| 3.3.8 Logística de distribución. | 120 |
| 3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO | 120 |
| | |
| 4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO | 122 |
| 4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA. | 122 |
| 4.1.1 Tipo de sociedad. | 122 |
| 4.1.2 Marco legal. | 125 |
| 4.2 FILOSOFÍA DE LA ORGANIZACIÓN. | 126 |
| 4.2.1. Visión. | 126 |
| 4.2.2 Misión de Restaurante “Yolhi”. | 126 |
| 4.2.3 Objetivos. | 127 |
| 4.2.4 Políticas. | 127 |
| 4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL | 131 |
| 4.3.1 Organigrama. | 131 |
| 4.3.2 Manual de funciones y perfil del cargo. | 133 |

| | |
|---|-----|
| 4.3.3 Asignación salarial. | 141 |
| 4.4 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO | 143 |
| 5. ESTUDIO FINANCIERO | 144 |
| 5.1 INVERSIONES | 144 |
| 5.1.1 Inversión fija. | 144 |
| 5.1.2 Inversión diferida. | 148 |
| 5.1.3 Inversión de capital de trabajo. | 148 |
| 5.1.4 Inversión total. | 157 |
| 5.1.5 Fuentes de financiación. | 157 |
| 5.2 COSTOS | 160 |
| 5.2.1 Costos fijos. | 160 |
| 5.2.2 Costos variables. | 160 |
| 5.2.3 Costos totales. | 161 |
| 5.2.4 Precio de venta. | 161 |
| 5.3 PRESUPUESTO DE EGRESOS E INGRESOS | 162 |
| 5.3.1 Egresos | 162 |
| 5.3.2 Ingresos. | 163 |
| 5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO | 163 |
| 5.5 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS | 165 |
| 5.5.1 Estado de ganancias y pérdidas. | 165 |
| 5.5.2 Flujo de caja proyectado. | 166 |
| 5.5.3 Balance general proyectado. | 168 |
| 6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO | 169 |
| 6.1 IMPACTO SOCIAL | 169 |
| 6.2 EVALUACION AMBIENTAL | 170 |
| 6.2.1 Diagnóstico. | 172 |
| 6.2.2 Mitigación de impactos. | 172 |
| 6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA | 173 |
| 6.3.1 Valor Presente Neto. | 173 |
| 6.3.2 Tasa Interna de Retorno (TIR.) | 175 |
| 6.3.3 Periodo de recuperación | 176 |
| 6.3.4 Análisis de las razones financiera | 177 |
| CONCLUSIONES | 181 |
| RECOMENDACIONES | 183 |
| BIBLIOGRAFÍA | 184 |
| WEBGRAFÍA | 186 |
| ANEXOS | 187 |

LISTA DE CUADROS

| | pág. |
|--|------|
| Cuadro 1. Principales componentes funcionales | 39 |
| Cuadro 2. Ficha técnica | 54 |
| Cuadro 3. Edad | 56 |
| Cuadro 4. Nivel de ingresos | 57 |
| Cuadro 5. Lugar donde acostumbra almorzar | 58 |
| Cuadro 6. Factores que inciden en la decisión de almorzar fuera de casa | 59 |
| Cuadro 7. Sitio de preferencia para ir almorzar | 60 |
| Cuadro 8. Concepto sobre si padece de alguna enfermedad que requiera dieta especial | 62 |
| Cuadro 9. Clase de alimentación que consume | 63 |
| Cuadro 10. Frecuencia con que acude a un restaurante | 64 |
| Cuadro 11. Precio promedio por tipo de almuerzo | 65 |
| Cuadro 12. Calificación de los almuerzos que consume | 66 |
| Cuadro 13. Sugerencias para mejorar los almuerzos actuales | 67 |
| Cuadro 14. Conocimiento de los almuerzos balanceados | 68 |
| Cuadro 15. Grado de conocimiento sobre un sitio que venda almuerzos balanceados | 69 |
| Cuadro 16. Sitios donde venden almuerzos balanceados en la comuna XV | 70 |
| Cuadro 17. Concepto sobre la disposición de ir a un restaurante especializado en comida balanceada | 71 |
| Cuadro 18. Precio promedio estimado por almuerzo balanceado | 72 |
| Cuadro 19. Demanda total de almuerzos | 73 |
| Cuadro 20. Distribución de la demanda total por clase de alimentación | 74 |
| Cuadro 21. Demanda total efectiva | 74 |
| Cuadro 22. Distribución de la demanda efectiva | 75 |
| Cuadro 23. Factor de crecimiento promedio por entidad | 75 |
| Cuadro 24. Proyección de demanda total a cinco años | 76 |
| Cuadro 25. Proyección de demanda efectiva a cinco años | 76 |
| Cuadro 26. Restaurantes del sector de la comuna XV de Bucaramanga | 77 |
| Cuadro 27. Oferta total de almuerzos por tipo de establecimiento | 78 |
| Cuadro 28. Oferta de almuerzos balanceados y para dietas especiales proyectada | 81 |
| Cuadro 29. Demanda insatisfecha | 81 |
| Cuadro 30. Análisis de medios publicitarios | 88 |
| Cuadro 31. Presupuesto de lanzamiento. | 90 |
| Cuadro 32. Presupuesto de publicidad de sostenimiento | 91 |
| Cuadro 33. Capacidad utilizada y proyectada | 98 |
| Cuadro 34. Método cualitativo por puntos. | 101 |
| Cuadro 35. Ficha técnica del servicio de restaurante | 102 |
| Cuadro 36. Descripción del servicio de restaurante | 104 |

| | |
|---|-----|
| Cuadro 37. Requerimiento de maquinaria y equipo | 114 |
| Cuadro 38. Requerimientos de muebles y enseres | 114 |
| Cuadro 39. Requerimiento de equipos de oficina | 115 |
| Cuadro 40. Requerimiento de utensilios | 115 |
| Cuadro 41. Requerimiento de mano de obra | 116 |
| Cuadro 42. Requerimientos de materias primas | 117 |
| Cuadro 43. Requerimiento de insumos. | 117 |
| Cuadro 44. Estudio de proveedores | 118 |
| Cuadro 45. Distribución de áreas | 118 |
| Cuadro 46. Manual de funciones del Administrador | 133 |
| Cuadro 47. Descripción del cargo del Administrador | 134 |
| Cuadro 48. Manual de funciones del Jefe De Cocina | 135 |
| Cuadro 49. Descripción del cargo del Jefe de cocina | 136 |
| Cuadro 50. Manual de funciones de Auxiliares de Cocina | 137 |
| Cuadro 51. Descripción del cargo del auxiliar de cocina | 138 |
| Cuadro 52. Manual de funciones del mesero | 139 |
| Cuadro 53. Descripción del cargo del mesero | 140 |
| Cuadro 54. Asignación salarial | 142 |
| Cuadro 55. Base salarial del patrono por prestaciones sociales, parafiscales, salud, pensión, riesgos profesionales y dotación. | 142 |
| Cuadro 56. Costo de maquinaria y equipo | 145 |
| Cuadro 57. Muebles y enseres | 145 |
| Cuadro 58. Costo de equipos de oficina | 146 |
| Cuadro 59. Utensilios de cocina. | 146 |
| Cuadro 60. Total Inversión fija | 147 |
| Cuadro 61. Inversión Diferida | 148 |
| Cuadro 62. Costo de materias primas para el servicio de restaurante | 149 |
| Cuadro 63. Costo de mano de obra directa para el servicio de restaurante | 150 |
| Cuadro 64. Depreciación de maquinaria y equipos y utensilios | 151 |
| Cuadro 65. Costo de mantenimiento de maquinaria y equipo y utensilios | 151 |
| Cuadro 66. Costo de insumos | 152 |
| Cuadro 67. Seguros de maquinaria y equipo | 152 |
| Cuadro 68. Costos indirectos del servicio | 152 |
| Cuadro 69. Costos del servicio | 153 |
| Cuadro 70. Nómina área administrativa y de ventas | 153 |
| Cuadro 71. Depreciación de Activos Muebles y Enseres | 148 |
| Cuadro 72. Amortización de diferidos | 154 |
| Cuadro 73. Mantenimiento de muebles enseres, equipo de oficina | 154 |
| Cuadro 74. Seguros de muebles y enseres, equipo de oficina | 155 |
| Cuadro 75. Gastos generales | 155 |
| Cuadro 76. Total gastos de administración. | 156 |
| Cuadro 77. Gastos financieros | 156 |
| Cuadro 78. Capital de trabajo | 156 |
| Cuadro 79. Inversión total | 157 |
| Cuadro 80 Fuentes de financiación | 157 |

| | |
|---|-----|
| Cuadro 81. Tabla amortización del crédito | 158 |
| Cuadro 82. Costos fijos | 160 |
| Cuadro 83. Costos variables | 161 |
| Cuadro 84. Costo total unitario | 161 |
| Cuadro 85. Precios de venta | 161 |
| Cuadro 86. Costos del servicio a cinco años | 162 |
| Cuadro 87. Gastos de administración y ventas a cinco años | 162 |
| Cuadro 88. Gastos financieros a cinco años | 163 |
| Cuadro 89. Ingresos por venta | 163 |
| Cuadro 90. Comprobación punto de equilibrio | 164 |
| Cuadro 91. Estado de ganancias y pérdidas | 166 |
| Cuadro 92. Flujo de caja proyectado | 167 |
| Cuadro 93. Balance general inicial y primer año | 168 |
| Cuadro 94. Valor presente neto. VPN. | 174 |
| Cuadro 95. Tasa Interna de Retorno (T. I. R.). | 176 |
| Cuadro 96. Periodo de recuperación | 177 |
| Cuadro 97. Razón Corriente | 178 |
| Cuadro 98. Nivel de endeudamiento | 178 |
| Cuadro 99. Rotación de activos totales | 179 |
| Cuadro 100. Margen bruto de ganancias | 180 |
| Cuadro 101. Margen neto de ganancias | 180 |

LISTA DE FIGURAS

| | pág. |
|--|------|
| Figura 1. Alimentos básicos para una alimentación balanceada | 49 |
| Figura 2. Grupos de alimentos por porciones | 50 |
| Figura 3. Edad | 56 |
| Figura 4. Nivel de ingresos | 57 |
| Figura 5. Lugar donde acostumbra almorzar | 58 |
| Figura 6. Factores que inciden en la decisión de almorzar fuera de casa | 59 |
| Figura 7. Sitio de preferencia para ir almorzar | 61 |
| Figura 8. Concepto sobre si padece de alguna enfermedad que requiera dieta especial | 62 |
| Figura 9. Clase de alimentación que consume | 63 |
| Figura 10. Frecuencia con que acude a un restaurante | 64 |
| Figura 11. Precio promedio por tipo de almuerzo. | 65 |
| Figura 12. Calificación de los almuerzos que consume | 66 |
| Figura 13. Sugerencias para mejorar los almuerzos actuales | 67 |
| Figura 14. Conocimiento de los almuerzos balanceados | 68 |
| Figura 15. Grado de conocimiento sobre un sitio que venda almuerzos balanceados | 69 |
| Figura 16. Sitios donde venden almuerzos balanceados en la comuna XV | 70 |
| Figura 17. Concepto sobre la disposición de ir a un restaurante especializado en comida balanceada | 71 |
| Figura 18. Precio promedio estimado por almuerzo balanceado | 72 |
| Figura 19. Canal de comercialización actual | 82 |
| Figura 20. Canal propuesto | 84 |
| Figura 21. Logotipo de Resturante "Yolhi S.A.S." | 87 |
| Figura 22. Diagrama del servicio de restaurante | 105 |
| Figura 23. Diagrama de proceso de preparación de alimentos | 107 |
| Figura 24. Plano de restaurante "Yolhi" | 119 |
| Figura 25. Organigrama Restaurante "Yholi S.A.S." | 132 |
| Figura 26. Punto de equilibrio | 165 |

LISTA DE ANEXOS

| | pág. |
|--|------|
| Anexo A. Primeras causas de morbilidad atendida en población adulta del servicio de Consulta externa. Bucaramanga 2005 | 187 |
| Anexo B. Encuesta dirigida a los empleados de las empresas de los barrios Centro y García Rovira de Bucaramanga | 188 |
| Anexo C. Restaurantes | 191 |

GLOSARIO

ACEITE VEGETAL: se obtiene de semillas u otras partes de las plantas en cuyos tejidos se acumula como fuente de energía.

ALIMENTO: producto natural que puede ser sólido o líquido, contiene nutrientes que el organismo humano asimila para desarrollar sus funciones vitales.

CALORÍAS: la alimentación es la principal fuente de energía en los seres vivos necesaria para poder sobrevivir.

CARBOHIDRATOS: conjunto de alimentos consumidos en un día, también son llamados azúcares integrados por carbono, hidrógeno y oxígeno. La dieta está compuesta principalmente por carbohidratos, lípidos y proteínas.

CARMEN: conjunto de Acciones para la reducción Multifactorial de enfermedades crónicas no transmisibles.

CARNES MAGRAS: tienen muy poca grasa y son ideales en las dietas alimentarias sobre todo de personas adultas.

COCCIÓN: es la operación culinaria que se sirve del calor para que un alimento sea más sabroso y apetecible, favoreciendo su conservación.

COLESTEROL: sustancia suave que circula en la sangre y se localiza en todos los tejidos del cuerpo.

DIABETES: elevación de azúcar en la sangre lo cual produce una serie de manifestaciones generales como son: Fatiga, sensación de sed, hambre y ganas frecuentes de orinar.

DIETA: la dieta humana es el conjunto de productos alimenticios (líquidos y sólidos) que habitualmente se consumen. Diversos factores condicionan el tipo de dieta:

DISLIPIDEMIA: colesterol Alto, termino empleado para referirse a los trastornos en los cuales hay un aumento en la cantidad de lípidos del organismo.

DUODENITIS: es un proceso inflamatorio que afecta al primer tramo del intestino delgado, o duodeno y que generalmente se asocia a úlcera y gastritis.

ENDOCRINÓLOGO: médico que atiende pacientes con problemas de las glándulas endocrinas. El páncreas es una glándula endocrina.

ESTRÉS: es una respuesta inesperada del organismo ante un estímulo específico.

También es definido como una condición meramente muscular, es una rigidez o endurecimiento de los músculos y el tejido conjuntivo que excede del tono necesario para su funcionamiento normal.

ENFERMEDADES CORONARIAS: enfermedad del corazón es una de las principales causas de muerte sobretodo en varones.

FIBRA: ingrediente presente en las plantas comestibles que ayuda a la digestión. La fibra ayuda a que las heces se mantengan blandas y hace que circulen con facilidad a través del intestino. Se encuentra en verduras, frutas, frijoles y cereales.

HIPERTENSIÓN ARTERIAL: enfermedad crónica que afecta más a hombres que mujeres. Se debe reducir el consumo de sal.

ISQUEMIA: disminución transitoria o permanente del riego sanguíneo de una parte del cuerpo.

LÍPIDOS: sustancias de origen orgánico que forman las grasas y los aceites. Se conoce genéricamente como colesterol.

LUMBAGO: Es un síndrome músculo esquelética, caracterizado por un dolor focalizado en la espalda baja (zona lumbar).

MASA CORPORAL: peso saludable que puede tener una persona, según la estatura y el peso corporal.

NUTRICIÓN: es el proceso biológico en el que los organismos asimilan los alimentos, los líquidos necesarios para el funcionamiento, el crecimiento y el mantenimiento de sus funciones vitales.

NUTRICIONISTA: profesional de la salud que se especializa esta área de estudio, y están entrenados para proveer consejos dietarios.

OBESIDAD: se deriva del estilo de vida. Se tiende a ganar peso, el trabajo sedentario y a la falta de ejercicio.

ORGANISMO: ser viviente completo compuesto de órganos; Sistema de órganos.

PESO CORPORAL: es la masa del cuerpo en kilogramos

PROTEÍNA: Sustancia que forma parte de la materia fundamental de las células y de las sustancias vegetales y animales.

RUTINA: Costumbre muy arraigada, o hábito de hacer cosas por práctica y sin razonarlas.

SALUDABLE FÍSICAMENTE: Es la capacidad que tiene el cuerpo para realizar cualquier tipo de ejercicio donde muestra que tiene resistencia, fuerza, agilidad, coordinación y flexibilidad.

SEDENTARISMO: Es la no existencia de una disciplina para practicar con regularidad un deporte o realizar actividades no competitivas.

VITAMINA: Cada una de ciertas sustancias orgánicas que existen en los alimentos y que, en cantidades pequeñísimas, son necesarias para el perfecto equilibrio de las diferentes funciones vitales.

RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA PUESTA EN MARCHA DE UN RESTAURANTE ESPECIALIZADO EN ALIMENTACIÓN BALANCEADA EN LA COMUNA XV DE BUCARAMANGA*

**AUTORES: ACEROS RODRIGUEZ, Hilda Stella
PEÑA LINEROS, Yolanda****

PALABRAS CLAVES: Factibilidad, almuerzo, balanceado, restaurante, comuna.

DESCRIPCIÓN:

En Bucaramanga y particularmente en la población de la comuna XV, de acuerdo a estudios recientes, se hizo evidente la problemática nutricional por déficit de nutrientes en caso de enfermedades infecciosas, o por exceso de nutrientes con enfermedades crónicas no transmisibles, debido a que los propietarios de los establecimientos de restaurantes y cafeterías, en su afán de satisfacer sus intereses económicos no se preocupan por preparar alimentos sanos; por el contrario ofrecen alto contenido de harinas, grasas, dulces, entre otros provocando enfermedades crónicas no transmisibles, siendo las de alto riesgo en la población adulta enfermedades, como: sobrepeso, grasas sanguíneas, diabetes, hipertensión arterial, colesterol, triglicéridos, enfermedades de colon. Por lo anterior se realizó una propuesta para los habitantes y trabajadores de la comuna XV en la creación de un restaurante que ofrezca alimentación balanceada y que contribuya a la nutrición y salud de las personas que allí asistan.

Comercialmente Restaurante Yolhi, tiene una demanda efectiva insatisfecha de 36.249, el cual iniciará actividad con la logística y capacidad de elaborar y vender un total de 46.800 almuerzos al año, equivalente al 66% de capacidad instalada, el cual atenderá el 36% de demanda total del sector, generará en el corto plazo un total de 6 empleos y en el mediano plazo generará nuevos empleos indirectos contribuyendo a elevar la calidad de vida de la comunidad en general.

Financieramente y realizado el análisis de la información de los diferentes estudios, el proyecto "Factibilidad para la puesta en marcha de un Restaurante especializado en alimentación balanceada en la comuna XV de Bucaramanga", es viable, factible y rentable, y por lo tanto conveniente para su futuro montaje, se comprobó con cifras palpables y concluyentes que para una inversión \$69.206.613, dio un VPN de \$97.351.924, y una TIR de 41,1%.

* 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 OPENING OF A RESTAURANT SPECIALIZED IN BALANCED MENUS FOR THE XV COMMUNE IN BUCARAMANGA*

**AUTHORS: ACEROS RODRIGUEZ, Hilda Stella
PEÑA LINEROS, Yolanda****

KEY WORDS: Feasibility, balanced, menus, restaurant, commune.

DESCRIPTION:

In Bucaramanga, and particularly, in the population of commune XV, according to recent studies, nutritional facts have been encountered among the population due to the lack of nutrients – evidenced by some infectious diseases - or by excess of nutrients with non-transmissible chronic diseases. The problematic is observed as many of the proprietors of the food establishments, restaurants and cafeterias, in its eagerness to satisfy its economic interests, do not worry to prepare healthy foods; on the contrary they offer contained flour stop, fats, candies, among others, bringing chronic diseases, being the adults those with high risk of getting diseases such as overweight, sanguineous fats, diabetes, arterial hypertension, cholesterol, triglycerides, etc. As a result of this study, the proposal for the inhabitants and workers commune XV is focused in the creation of restaurant that offers balanced menus that contributes to the nutrition and health of the people who attend there.

Commercially, “Yoghi” Restaurant has an unsatisfied effective demand of 36,249 orders, which will initiate activity with logistic and the capacity to elaborate and to sell a total of 46,800 lunches per year, equivalent to the 66% of installed capacity, which will cover a 36% of the total demand of the sector; it will generate in short term a total of 6 employ vacancies and in the medium term it will generate some more that will indirectly contribute to lift the quality of life of the community.

Financially, and having analysed the information of the different studies, the project “Feasibility For The Opening Of Restaurant Specialized In Balanced Menus For The Xv Commune In Bucaramanga”, is viable, feasible and profitable, and therefore advisable for its future assembly. It was verified with concrete and conclusive numbers that for investment of COP \$69.206.613, the result VPN was \$97.351.924, and a TIR of 41.1%.

* Project of Degree

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

INTRODUCCIÓN

Según información suministrada por funcionarios de Bavaria S.A., de Bucaramanga, a noviembre de 2008, en la comuna XV, hay inscritos en su base de datos un total de 18 Restaurantes y 5 cafeterías, ubicados en el barrio de García Rovira y 13 en el Barrio Centro; sin embargo se logró precisar, por observación directa por parte de las autoras que no hay un sitio que ofrezca una alimentación balanceada, especialmente dirigida por un nutricionista.

Así mismo, de acuerdo a conversación directa con trabajadores que laboran en la Gobernación, Palacio de Justicia, alcaldía y Banco Agrario, manifiestan que requieren de una alimentación balanceada controlada por un nutricionista, donde desconocen que exista un restaurante que ofrezca este servicio.

Además, la congestión vehicular que se presenta en el Área Metropolitana de Bucaramanga, donde se ha visto afectada principalmente por la alta proliferación de vehículos tanto públicos como privados, las escasas vías de acceso y salida de la ciudad, el cambio en los horarios de trabajo, la construcción del metro línea y otras obras de infraestructura y vías, donde muchas de las empresas y negocios de la zona centro, principalmente de los que laboran en la Comuna XV, no permite que los funcionarios y empleados, se desplacen a sus casas, teniendo que recurrir a un restaurante, cercano a sus sitios de trabajo, para alimentarse en su horario de almuerzo, trayendo como consecuencia el detrimento paulatino de su salud por el corto tiempo que disponen o por el afán de buscar un restaurante que ofrezca alimentación balanceada generan estrés, cansancio, gastritis problemas de colon e higiene oral, llegando tarde al sitio de trabajo ocasionando bajo rendimiento laboral y efectividad en la realización de las funciones encomendadas.

Otro factor es el económico que se ve afectado ya que al preparar o comprar un plato con alimentación balanceada sería alto, y afectaría considerablemente el bolsillo de las personas trabajadoras y comunidad en general de la zona.

En Bucaramanga y específicamente en la comuna XV, al no existir un restaurante que brinde a sus clientes una alimentación balanceada, se presenta la siguiente propuesta la cual se basa en la preparación de amplias recetas nutritivas que permite mejorar la salud a corto y largo plazo, sobre todo en las personas que requieren dietas especiales según sea su problema de salud o simplemente para estar bien alimentados.

Para el desarrollo del presente proyecto, se enmarco en registrar información relacionada con los componentes básicos de la factibilidad, como son los estudios de generalidades del sector, de mercados, técnico e ingeniería, administrativo y legal, financiero, evaluación social, ambiental y financiera.

En el capítulo de generalidades se hizo una investigación del sector de alimentos, tanto a nivel mundial, regional y local, precisando su comportamiento y tendencias del mismo, además se ubico el proyecto en su contexto geográfico y se describió el marco legal que incide en este tipo de establecimientos.

En segunda medida se realizó un estudio de mercados a través de fuentes primarias y secundarias recopilando información relacionada con el servicio a ofrecer, la demanda y la oferta, canales de distribución, precios publicidad y promoción de un restaurante especializado en diferentes dietas para el sector de la comuna XV de Bucaramanga.

Posteriormente se desarrolló un estudio técnico donde se precisó la capacidad óptima de la planta, su localización, descripción del servicio, distribución locativa

del establecimiento del restaurante de comidas especializadas en alimentación balanceada en el sector de la comuna XV de Bucaramanga.

Seguidamente, se efectuó un estudio administrativo que contempló el tipo de sociedad a constituir, su cultura organizacional, organigrama, manual, perfil de los cargos, asignación salarial del personal del restaurante especializado en alimentación balanceada en la comuna XV de Bucaramanga.

Por otra parte se estructuró desde el punto de vista financiero las inversiones requeridas para la puesta en marcha del restaurante especializado en alimentación en la comuna XV de Bucaramanga con su respectiva estructura de costos y gastos en la operación normal del establecimiento dando resultados financieros, base para su evaluación.

De acuerdo con la información relacionada en los capítulos administrativo, técnico y financiero se evaluó desde el punto de vista social, cuál sería su impacto en cuanto a generación de empleo, contribución al mejoramiento de la salud pública, desarrollo e infraestructura del proyecto de la puesta en marcha de un restaurante especializado en alimentación balanceada en la Comuna XV de Bucaramanga

Además se determinó el impacto ambiental y manejo de los residuos sólidos generados por la prestación del servicio de alimentación balanceada a los trabajadores de la Comuna XV de Bucaramanga.

Finalmente se evaluó financieramente el proyecto a través de las variables de TIR, VNP, periodo de recuperación, beneficio y costos, demostrando su viabilidad, factibilidad y rentabilidad de la futura puesta en marcha del restaurante precisando la conveniencia del proyecto.

1. GENERALIDADES

1.1 PANORAMA GENERAL DEL SECTOR

1.1.1 Origen, evolución y tendencias del sector.

1.1.1.1 Antecedentes. Con el objetivo de analizar la factibilidad de la idea de un nuevo concepto de restaurante en la comuna XV de Bucaramanga es indispensable, tener en cuenta la situación de la industria restaurantera en el país y en la región especialmente teniendo en cuenta como ha sido su evolución y comportamiento a lo largo del tiempo.

* **Actividades económicas al interior de Bucaramanga:** Al analizar las actividades económicas que se desarrollan en el interior de Bucaramanga, a lo largo del tiempo se pudo observar según datos de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, que para el año 1998 existían 27.756 establecimientos inscritos, de los cuales 7134 pertenecen a la industria de servicios, representando un 25.7% del total y ya para el 2008 existen 3.067 restaurantes y hoteles inscritos, mostrando una variación del 7.3 % con respecto al año anterior.

* **Participación de los sectores:** La industria del comercio, restaurantes y hoteles, por su parte, en 1992 participaba con el 46% en el total de empresas inscritas en Bucaramanga, para 1998 dicho valor había aumentado al 50% y ahora para el 2008 la industria ocupa el 4 puesto dentro de las empresas de crecimiento y participación.

Esto demuestra que la participación de este sector, ha estado creciendo y favorecido la economía de la región y el país en general.

* **Evolución hasta el 2006:** Mediante estudios realizados por el Departamento de Administración Nacional de Estadística "DANE" se pudo observar que en los establecimientos de la industria hotelera y restaurantera se disolvió en el 2005 solo una empresa, mientras que en el 2006 fueron 5 empresas pertenecientes a esta actividad económica. Sin embargo, hubo una variación en el crecimiento de un 7.3% entre los años 2006 y 2007, es decir de 2,859 establecimientos que habían en el 2006 pasaron a 3,067 en el 2007.¹

* **Buen balance para el sector de restaurantes:** De acuerdo con el Presidente Nacional de la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica, ACODRÉS, Gustavo Adolfo Toro Velásquez, esta industria registró un crecimiento constante de 6,06 por ciento durante los últimos cinco años, alcanzando en 2006 ventas por 5,23 billones de pesos aproximadamente.

Según lo indicó Toro Velásquez, el sector tendrá un especial crecimiento en el 2007 gracias a los diferentes congresos y actividades internacionales programadas en todo el país.

"El 2007 será un año prometedor para la industria gastronómica debido a los importantes compromisos internacionales de Colombia, como la XVII Reunión de la Organización Mundial del Turismo, OMT en Cartagena, los Congresos de la Lengua Española en Medellín y Cartagena, la Feria Internacional del Libro en Bogotá, entre otras".

El dirigente gremial estimó, así mismo, que la previsión de crecimiento de la industria gastronómica para el presente año será del 9 por ciento, si se tiene en cuenta la tendencia de los años anteriores.²

¹ <http://www.camaradirecta.com/webccb/temas/indicadoresantander/default.htm>

² http://www.pymesetb.com/detalle_noticia.asp?id_not=3390

* **Ventas de Restaurantes por ciudades:** La ciudad con mayor venta promedio mensual por restaurante fue San Andrés con un monto de 26,6 millones de pesos, seguida de Cartagena con 16,05 millones de pesos, Pereira con 14,3 millones de pesos, Medellín con 13,7 millones de pesos y Cali con 13.6 millones de pesos (incluido IVA).⁵

Por su parte, las ventas en restaurantes y similares han presentado un crecimiento sostenido de 6,06 por ciento en los últimos cinco años, alcanzando ventas por 19,05 billones de pesos aproximadamente durante este período.⁵

* **Empleo generado por los restaurantes:** Siguiendo la tendencia de crecimiento del último informe del Dane, a lo largo del 2006 la industria gastronómica registró 221.497 personas ocupadas aproximadamente, 6,92 por ciento más que en el 2005.⁵

* **Estudio comportamiento del consumidor:** En el informe publicado Raddar S.A., se analiza el comportamiento de consumo en el año transcurrido. Raddar define 8 grupos de consumo donde se agrupan los principales consumos del colombiano. En primer lugar se encuentran los alimentos, seguido de vivienda, vestuario, salud, educación entretenimiento, transporte y telecomunicaciones y en último gastos varios. El colombiano es un consumidor fuertemente influenciado por las marcas, las oportunidades de precio y promociones y sin lugar a dudas a la moda, pero aún tiene un gran peso la tradición de consumo de la generación superior, sus padres.³

En Santander al igual que en el resto del país, no es raro encontrar dietas con más harinas que frutas, poco ejercicio, pero también falta de dinero para asegurar el

³ http://www.la-republica.com.co/especiales/pdf/res_2006/estudio_res_2006.pdf

alimento, todo matizado con una gran ignorancia, lo cual ha hecho que la nutrición pase por un mal momento.

* **Los índices no mienten.** Mientras el 10.3% de los jóvenes entre los 10 y 17 años en Colombia sufre de sobrepeso, en Santander ese índice es del 11.9%, es decir, la región está por encima del promedio nacional en uno de los factores más riesgosos para sufrir de obesidad.

Esa es sólo una de las conclusiones de la Encuesta Nacional de Situación Nutricional en 2005, dirigida por el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, ICBF, y Pro familia.⁴

* **Cambiar hábitos.** “La situación es preocupante no solo en la región sino en el resto del país. Es algo que nos obliga a pensar la manera de cambiar los hábitos alimenticios de las familias”, sostuvo Catalina Borda, investigadora del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, ICBF.

Si casi la mitad de los santandereanos dice que no tuvo dinero para comprar comida, podemos concluir que para la población del SISBEN 1 y 2, así como en el campo, no se garantiza el derecho a la alimentación”, aseguró la experta.

El documento muestra por primera vez en el país, el estado nutricional de la población entre los 0 y 64 años de edad, a través de una encuesta a más de 117.000 personas.

* **Exceso de harinas.** 40% de la población consume en exceso carbohidratos. “Esto ocurre porque las pastas o el pan son más baratos y ocupan mayor volumen en las comidas. Pero sin duda llevan a la gente al sobrepeso”, sostuvo Catalina

⁴ Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y Pro familia, 2005

Borda, investigadora del ICBF⁵.

“Es preocupante que a los niños no les estén dando suficientes proteínas, como en las carnes o huevos, ya que es justo la edad para estimular su crecimiento” aseguró Gloria Prada, docente de la UIS.⁶

La quinta parte de los santandereanos no consume frutas a diario. “Hemos encontrado que el costo de la fruta y verdura es un obstáculo, pero tampoco la gente sabe cómo prepararlas para disfrutarlas”, indicó Prada.

En su concepto, una de las claves para mejorar los índices de desnutrición es que las entidades oficiales y privadas trabajen en proyectos conjuntos para que los programas tengan mayor impacto en la población.

*** Cifras comparadas.**

| |
|---|
| 20.1% de las mujeres entre los 13 y 49 años de edad en Santander sufre de anemia. En Colombia ese índice es del 32.8%. |
| 33.4%, es decir, más de la tercera parte de la población adulta, tiene sobrepeso, cifra por encima del promedio nacional, que es de 32.3%. |
| 14.1% de los niños y jóvenes de 10 a 17 años tiene retraso en el crecimiento, mientras en Colombia el indicador es de 16.2%. |
| 44.9% de adultos cumple con la recomendación de actividad física, un índice mayor al del resto del país, que es de 42.6% |
| 8.1% de los niños menores de 5 años en Santander sufre de desnutrición crónica o tiene retraso en su crecimiento. La cifra nacional llega al 12%. |
| 11.3% de los niños entre los 5 y 9 años padece el mismo cuadro de desnutrición crónica, en el país el indicador es de 12.6%. |
| 14.1% de niños entre 10 y 17 años tiene ese problema, mientras en Colombia lo padece el 16.2% de los menores en ese rango de edad. |

Fuente: Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y Pro familia, 2005

⁵ Ibid. Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y Pro familia, 2005

⁶ Op cit.

* **Sobrepeso.** Otro de los factores registrados fue el sobrepeso, el cual se presenta en más de la tercera parte de los adultos de la región, mientras que el 13.6% ya es obeso.

Esto quiere decir que esas personas tienen varios riesgos para su salud, especialmente en la aparición de las enfermedades crónicas”, advierte la investigación.

* **Preocupan enfermedades.** Uno de los hallazgos que más sorprendió a los expertos es que una de cada cinco mujeres en Santander sufre de anemia.

“Es preocupante que la anemia esté tan extendida, ya que además de afectar la salud, aumenta el riesgo de mortalidad materna y de los recién nacidos en los casos de gestación, parto y paupérrimo, que es el período de los primeros 40 días de nacido”

Fernando Mantilla, coordinador epidemiológico del Hospital Universitario de Santander, HUS, sostuvo que a pesar de que las mujeres tienen mayor riesgo de sufrir de anemia por la pérdida de hierro que presentan con cada período menstrual, es claro que la alimentación des balanceada en el campo no ayuda a mejorar su condición.

“Síntomas como la palidez o los desmayos deben combatirse consumiendo más sulfato ferroso, ácido fólico o vitamina C, nutrientes que se encuentran en el banano, plátano o las espinacas”, aseguró el especialista.

La vigilancia nutricional es un componente que permite evidenciar la problemática nutricional que presenta una población: sea por déficit de nutrientes que es el caso de la frecuencia de enfermedades infecciosas o por exceso de nutrientes acompañado de enfermedades crónicas no transmisibles.

En Bucaramanga, estos problemas se han venido resolviendo con actividades de información y educación en las comunidades de los barrios, para mejorar el consumo de alimentos balanceados en el hogar, pero no existe, un programa que capacite 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 ejecutivos en la ciudad se diseña de acuerdo a la experiencia, conocimientos y revisión bibliográfica de los propietarios de estos establecimientos.

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.

Se ha demostrado que los cambios de actitud a nivel personal se deben a un proceso educativo en el que la sensibilización es el inicio para que las emociones del ser humano experimenten la necesidad de realizar un esfuerzo por mejorar cada día más y acercarse a lo ideal.

Por lo anterior se hace necesario preparar técnicamente al personal que administra, prepara y atiende los restaurantes de almuerzos ejecutivos para satisfacer las necesidades de los clientes, en cuanto a calidad en el servicio, imagen y preparaciones nutritivas, que permita alcanzar los siguientes objetivos:

Se busca fortalecer los hábitos alimentarios en la población estudiantil de las instituciones educativas del sector privado de Bucaramanga, a través de la oferta de almuerzos ejecutivos saludables en los restaurantes de las mismas centros educativos, con el fin de disminuir la presencia de enfermedades crónicas no transmisibles, dando cumplimiento al decreto 3075 en cuanto a las buenas

prácticas de manipulación en la producción de alimentos.

TENDENCIAS EN LA PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS: ALIMENTOS FUNCIONALES.⁷ Las tendencias mundiales de la alimentación en los últimos años indican un interés acentuado de los consumidores hacia ciertos alimentos, que además del valor nutritivo aporten beneficios a las funciones fisiológicas del organismo humano. Estas variaciones en los patrones de alimentación generaron una nueva área de desarrollo en las ciencias de los alimentos y de la nutrición que corresponde a la de los alimentos funcionales. Aunque la relación entre la dieta y la salud fue reconocida por la medicina china hacia el año 1,000 a. de C. y con la frase "deja que la alimentación sea tu medicina y que la medicina sea tu alimentación", propuesta por Hipócrates hace casi 2,500 años, actualmente existe una renovada atención en este campo. En este trabajo se analizan el concepto actual de alimentos funcionales, se proporcionan algunos ejemplos de los mismos y se proponen las acciones a seguir en este campo.

* **Origen del concepto de alimento funcional.** El término Alimento Funcional fue propuesto por primera vez en Japón en la década de los 80's con la publicación de la reglamentación para los "Alimentos para uso específico de salud" ("Foods for specified health use" o FOSHU) y que se refiere a aquellos alimentos procesados los cuales contienen ingredientes que desempeñan una función específica en las funciones fisiológicas del organismo humano, más allá de su contenido nutricional. Los alimentos de este tipo son reconocidos porque llevan un sello de aprobación del Ministerio de Salud y Bienestar del gobierno japonés⁸. Algunas de las principales funciones son las relacionadas con un óptimo crecimiento y

⁷Alicia Alvídrez-Morales, Blanca Edelia González-Martínez, Zacarias Jiménez-Salas. Facultad de Salud Pública y Nutrición. Universidad Autónoma de Nuevo León (México). Email: alialviderz@hotmail.com

⁸ Arai S. 1996. Studies on functional foods in Japan. State of the art. Biosci. Biotech. Biochem. 60: 9-15.

desarrollo, la función del sistema cardiovascular, los antioxidantes, el metabolismo de xenobióticos, el sistema gastrointestinal, entre otros⁹.

En los países occidentales la historia de este tipo de alimentos se remonta a las primeras prácticas de fortificación con vitaminas y minerales, así como también a la práctica de incluir ciertos componentes en los alimentos procesados con el objeto de complementar alguna deficiencia de la población. La búsqueda de terapias alternas para algunas enfermedades, el envejecimiento de la población mundial, los avances en la tecnología, así como los cambios reglamentarios de diversos países han provocado un gran interés en el desarrollo de los alimentos funcionales alrededor del mundo.

En opinión de los expertos, muchas de las enfermedades crónicas que afligen a la sociedad de un modo particular (cáncer, obesidad, hipertensión, trastornos cardiovasculares) se relacionan de un modo muy estrecho con la dieta alimenticia¹⁰.

En la actualidad, se observa una clara preocupación en nuestra sociedad por la posible relación entre el estado de salud personal y la alimentación que se recibe. Incluso se acepta sin protesta que la salud es un bien preferentemente controlable a través de la alimentación, por lo que se detecta en el mercado alimentario marcada preferencia por aquellos alimentos que se anuncian como beneficios para la salud.

Las técnicas de investigación en el campo de la epidemiología y la dietética permiten establecer ciertas relaciones entre los estilos de vida y los hábitos alimentarios, a la vez que es posible destacar la incidencia de algunas

⁹Palou A y F. Serra 2000. Perspectivas europeas sobre alimentos funcionales. Alimentación, Nutrición y Salud. 7 (3): 76-90

¹⁰ Jones, P.J. 2002. Clinical nutrition: 7 Functional foods – more than just nutrition. Can. Med. Assoc. J. 166 (12): 1555.

enfermedades en la mortalidad de la sociedad occidental. Algunos trabajos científicos han puesto de relieve que ciertos ingredientes naturales de los alimentos proporcionan beneficios y resultan extraordinariamente útiles para la prevención de enfermedades e incluso para su tratamiento terapéutico.¹¹

* **Términos relacionados.** La oferta de nuevos alimentos que reportan algún beneficio para la salud aparece por primera vez en la década de los años 60's. Desde entonces surge en el mercado un nuevo tipo de alimentos diseñados para ser incluidos en dietas muy estrictas exentas de gluten, bajas en sodio, pobres en calorías, etc. además, estos alimentos comienzan a recibir nombres tan variados que surge la necesidad de uniformar la terminología empleada¹². Los términos más empleados son:

* **Alimento funcional:** (*Functional food*): Cualquier alimento en forma natural o procesada, que además de sus componentes nutritivos contiene componentes adicionales que favorecen a la salud, la capacidad física y el estado mental de una persona. El calificativo de funcional se relaciona con el concepto bromatológico de "propiedad funcional", o sea la característica de un alimento, en virtud de sus componentes químicos y de los sistemas fisicoquímicos de su entorno, sin referencia a su valor nutritivo.

En Europa se define alimento funcional a "aquel que satisfactoriamente ha demostrado afectar benéficamente una o mas funciones específicas en el cuerpo, mas allá de los efectos nutricionales adecuados en una forma que resulta

¹¹Bello, J.2000. Alimentos con propiedades saludables especiales. En Alimentos composición y propiedades. Ed. Mc. Graw-Hill. Interamericana España, 1ª edición. Astiasarán I, Martínez A. Cap15: 343-355

Palou A, *et al Op. cit*

¹² Astiasarán I, *et al.*1999. *Op. cit*

relevante para el estado de bienestar y salud o la reducción de riesgo de una enfermedad"¹³.

Aunque el término alimentos funcionales no es una categoría de alimento legalmente reconocida por la Administración de alimentos y Drogas (FDA) de los Estados Unidos, recientemente sucedieron algunos cambios legislativos acerca de la información que deben contener las etiquetas de los productos relacionados con beneficios funcionales de los alimentos. Las regulaciones e la NLEA (Ley de Etiquetado y Regulación Nutricional) y de la DSHEA (Ley de Suplementos Dietéticos Salud y Educación) se encaminan a preparar el camino legal en que se debe fundamentar el uso de estos productos (10). La posición oficial de la U.S. Food & Drugs Administration (FDA) es: "Las sustancias específicas de los alimentos pueden favorecer la salud como parte de una dieta variada" (11). La asociación respalda la investigación de los beneficios y riesgos de estas sustancias, los profesionales de la dietética seguirán trabajando con la industria alimentaria, y el gobierno para asegurar que el público tenga suficiente información científica precisa en este campo en surgimiento.

Por su parte, la Asociación Americana de Dietistas (ADA), reconoce el papel potencialmente benéfico de los alimentos funcionales al enfatizar que estos alimentos ".deben ser consumidos como parte de una dieta variada, en una forma regular y a niveles efectivos" (12), definición que lo delimita definitivamente del término alimento nutracéutico como se verá posteriormente.

Finalmente, en México, aunque el término de alimentos funcionales se utiliza familiarmente entre la comunidad científica a la fecha no hay leyes que reglamenten específicamente el uso de estos alimentos.

Roberfroid MB. 2000. Concepts and strategy of functional food science: the European perspective. *Am. J. Clin. Nutr.* 71(6): 1669S-1664S

¹³ Vasconcellos JA. 2000. Alimentos funcionales. Conceptos y beneficios para la salud. *World food science*. http://www.worldfoodscience.org/vol1_3/feature1-3a.html.

* **Producto nutracéutico** (*Nutraceutical*): Cualquier producto que pueda tener la consideración de alimento, parte de un alimento, capaz de proporcionar beneficios saludables, incluidos la prevención y el tratamiento de enfermedades. El concepto de alimento nutracéutico ha sido recientemente reconocido como "aquel suplemento dietético que proporciona una forma concentrada de un agente presumiblemente bioactivo de un alimento, presentado en una matriz no alimenticia y utilizado para incrementar la salud en dosis que exceden aquellas que pudieran ser obtenidas del alimento normal"¹⁴ .

* **Alimentos diseñados** (*Designer food*): Alimento procesado, que es suplementado con ingredientes naturales ricos en sustancias capaces de prevenir enfermedades. Este término se utiliza frecuentemente como sinónimo de alimento funcional.

* **Productos fitoquímicos** (*Phytochemical*): Sustancias que se encuentran en verduras y frutas, que pueden ser ingeridas diariamente con la dieta en cantidades de gramos y muestran un potencial capaz de modular el metabolismo humano. Ya que los alimentos funcionales generalmente son de origen vegetal, se utilizaban indistintamente ambos términos, sin embargo actualmente se consideran como alimentos funcionales también a los microorganismos probióticos y en este concepto no estarían incluidos.

Hay otros términos que alguna vez se utilizaron como sinónimos de alimentos funcionales; por ejemplo, los agentes quimiopreventivos son aquellos componentes alimentarios, nutritivos o no que científicamente son investigados para la prevención primaria y secundaria del cáncer, en cuanto a ser potenciales inhibidores de la carcinogénesis. Los farmalimentos (*Pharma food*) son los alimentos o nutrientes, que ofrecen beneficios saludables, entre ellos la prevención y el tratamiento de enfermedades.

¹⁴ Zeisel S. 1999. Regulation of "nutraceuticals". Science 285: 1853-1855.

También se pueden considerar alimentos funcionales a los llamados alimentos modificados, fortificados y enriquecidos. Se considera como alimento modificado a todo alimento o producto alimenticio con variación en su composición original (con adición de algunos nutrientes, especialmente vitaminas y minerales) para restaurar o aumentar su valor nutricional o para satisfacer las necesidades específicas de alimentación de un determinado grupo de la población. Productos fortificados son aquellos que tienen suplementos en su contenido natural de nutrientes esenciales. Se fortifican generalmente alimentos a los que se puede agregar valor con poco costo adicional.

El término fortificación, es aplicado en aquellas situaciones en las que se añade un determinado nutriente a un alimento que originalmente carecía de él. La adición de yodo a la sal de mesa sería un buen ejemplo de fortificación otros ejemplos son: panificados, cereales para desayuno, lácteos, galletas y pastas. Los productos enriquecidos son los alimentos a los que se les ha adicionado nutrientes esenciales a fin de resolver deficiencias de alimentación que se traducen en fenómenos de carencia colectiva, mediante el enriquecimiento se restauran o se superan los niveles iniciales de los nutrientes perdidos durante la manipulación del alimento.

1.1.2 Causas del auge sorprendente de los alimentos funcionales. Como se describió anteriormente, el auge sorprendente de la industria de los alimentos funcionales surgió en la década de los 90's. Las causas que originaron esta revolución son diversas, sugiere las siguientes: 1) el público que se preocupa más por su salud y compra alimentos con valor agregado al nutricional, 2) las organizaciones encargadas de legislar en materia de alimentos están reconociendo los beneficios de los alimentos funcionales a la salud pública, 3) el gobierno está poniendo atención en este renglón ya que prevé el potencial económico de estos productos como parte de las estrategias de prevención de la

salud pública. Otros factores que también contribuyen en el "boom" de los alimentos funcionales incluyen los grandes avances tecnológicos, entre ellos la biotecnología, así como la investigación científica que documenta los beneficios para la salud de estos alimentos.

Es un hecho que los consumidores han comenzado a ver la dieta como parte esencial para la prevención de las enfermedades crónicas como el cáncer, las enfermedades cardiovasculares, la osteoporosis entre otras. De esta manera es que se presenta un fenómeno denominado de auto-cuidado (self-care) que es el factor principal que motiva a decidir comprar alimentos saludables; este factor es el que regirá el crecimiento de la industria de los alimentos funcionales. En la industria alimenticia se reconoce un grupo poblacional denominado los "baby boomers" que son personas nacidas después de la segunda guerra mundial, entre 1946 y 1963, tienen alrededor de 50 años y buscan mantener la salud a través de la alimentación (aunque carecen de información fidedigna al respecto), y lo más importante para la industria alimenticia, tienen un poder económico muy fuerte, este es el mercado que hará florecer la industria de los alimentos funcionales.

En relación a las organizaciones encargadas de legislar en materia de alimentos, éstas deben encontrar soporte científico que avale los beneficios a la salud de los supuestos alimentos funcionales. En ese sentido ya se describieron anteriormente los esfuerzos realizados alrededor del mundo, encabezados por Japón con la legislación FOSHU, y Estados Unidos de América con las modificaciones a la Ley de Etiquetado y Educación Nutricional (NLEA) y la Ley de Suplementos Dietarios, Salud y Educación (DSHEA).

1.1.3 Alimentos en el mundo. Actualmente existen muchos alimentos funcionales en el mundo. En el cuadro 1 se presentan algunos ejemplos de componentes de alimentos funcionales. Siendo Estados Unidos uno de los países

que tiene muy claro el objetivo de los alimentos funcionales para llegar a prevenir enfermedades en la población, por ejemplo, resulta fácil encontrar barras de cereales destinadas a mujeres de mediana edad, suplementadas con calcio para prevenir la osteoporosis, o por proteína de soya para reducir el riesgo de cáncer de mama y con ácido fólico, para un corazón más sano, panecillos energizantes y galletas adicionadas con proteínas, zinc y antioxidantes.

En Europa se utilizan rótulos que indican "Valor aumentado", así como en Alemania se comercializan golosinas adicionadas con vitamina Q₁₀ y vitamina E. En Italia las góndolas de los supermercados ofrecen yogures con omega 3 y vitaminas y Francia ofrece azúcar adicionada con fructo-oligosacaridos para fomentar el desarrollo de la flora benéfica intestinal.

Cuadro 1. Principales componentes funcionales

| <i>Clase/Componente</i> | <i>Origen</i> | <i>Beneficio potencial</i> |
|---------------------------------|---------------------------|---|
| Carotenoides | | |
| <i>Beta caroteno</i> | Zanahoria | Neutraliza los radicales libres que podrían dañar a las células |
| <i>Luteína</i> | Vegetales verdes | Contribuye a una visión sana |
| <i>Licopeno</i> | Tomate | Podría reducir el riesgo de cáncer de próstata |
| Fibras dietéticas | | |
| <i>Fibra insoluble</i> | Cáscara de trigo | Podría reducir el riesgo de cáncer de colon |
| <i>Beta glucano</i> | Avena | Reduce el riesgo de enfermedad cardiovascular |
| Ácidos grasos | | |
| <i>Omega 3, ácido graso DHA</i> | Aceites de peces | Podrían reducir el riesgo de enf. Cardiovascular y mejorar funciones mentales y visuales |
| <i>Ácido linoléico</i> | Queso, productos cárnicos | Podrían mejorar la composición corporal, podrían reducir el riesgo de ciertos tipos de cáncer |
| Flavonoides | | |
| <i>Catequinas</i> | Te | Neutraliza radicales libres, podría reducir el riesgo de cáncer |
| <i>Flavonas</i> | Cítricos | Neutraliza radicales libres, podría reducir el riesgo de |

Cuadro 1. (Continua)

| | | cáncer |
|---------------------------------------|--------------------|---|
| <i>Clase/Componente</i> | <i>Origen</i> | <i>Beneficio potencial</i> |
| <i>Esteroles vegetales</i> | | |
| <i>Ester estanol</i> | Maíz, soya, trigo | Reduce los niveles de colesterol sanguíneo |
| <i>Prebióticos/Probióticos</i> | | |
| <i>Fructooligosacáridos</i> | Achicoria, cebolla | Podría mejorar la salud gastrointestinal |
| <i>Lactobacilos</i> | Yogurt | Podría mejorar la salud gastrointestinal |
| <i>Fitoestrógenos</i> | | |
| <i>Isoflavonas</i> | Alimentos con soya | Podrían reducir los síntomas de la menopausia |

Fuente: Bello J. 1995. Los alimentos funcionales o nutraceuticos. Nueva gama de productos en la industria Alimentaria. 265: 25-29.

1.1.3.1 Papel de la ciencia en el desarrollo de este campo. Otro factor clave en el desarrollo de la industria de los alimentos funcionales es la aceptación del público consumidor de tales alimentos, para ello se necesita que los consumidores estén convencidos de los beneficios a la salud que le brindan tales productos. Es claro que la industria de los alimentos debe evitar etiquetar en esta categoría cualquier producto sin la previa validación de beneficio a la salud y los organismos reguladores sólo deben permitir el uso de declaraciones de salud cuando este debidamente validado su efecto positivo.

En ese sentido, es donde los sectores académicos y de investigación deben participar en el proceso de evaluar y autenticar el beneficio a la salud del alimento para que tal etiquetado sea imparcial y fidedigno. Esta evaluación debe abarcar el estudio de las funciones orgánicas afectadas por el alimento y/o ingrediente funcional, incluyendo su papel en el mantenimiento de la salud o en la prevención de enfermedades, la identificación y validación de los biomarcadores, así como estudios de causa-efecto donde se evalúe la seguridad y la dosis.

Esto favorece el surgimiento de un nuevo campo de investigación en donde especialistas en nutrición y en ciencia y tecnología de alimentos trabajen activamente analizando los productos que se venden actualmente con supuestos beneficios a la salud, así como en la formulación de nuevos productos que permitan vislumbrar un futuro promisorio para la salud de la humanidad. Además, las universidades deberán incluir en sus programas curriculares asignaturas donde se trate el tema con vista a responder a las demandas de la sociedad.

1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO

Bucaramanga, ciudad de tamaño mediano, situada en la zona oriental colombiana, a 220 kilómetros de la frontera con Venezuela, con amplia cobertura de servicios públicos y, en general, un buen nivel de calidad de vida. Su desarrollo urbanístico ha sido acelerado pero acompañado de los problemas propios de una ciudad en continuo crecimiento, tales como la contaminación ambiental, mal uso del espacio público, crecimiento desordenado del parque automotor, problemas sociales y de marginalidad. Según censo ¹⁵ “DANE para el año 2005, Bucaramanga contaba con 509.918 habitantes, de los cuales el 98,6% se encuentran en la zona urbana y el 52,6% son mujeres. Según los registros de Acción Social a diciembre 31 de 2005, Bucaramanga ha recibido un neto de 27.617 personas y 6.181 hogares en situación de desplazamiento.”

El Área Metropolitana de Bucaramanga, está compuesta por los municipios de Floridablanca, Girón y Piedecuesta y se le conoce como "la ciudad bonita" o "la ciudad de los parques".

¹⁵ <http://www.bucaramanga.gov.co/datos.asp>
Plan de Desarrollo 2008 – 2011 “Bucaramanga” Una Empresa de Todos

1.2.1 Evolución de la ciudad. Por su localización estratégica la ciudad ha sido epicentro para el desarrollo de la industria, el comercio y los servicios, con predominio de pequeñas y medianas empresas. Su principal fortaleza para el desarrollo actual y futuro es el contar con importantes centros de investigación y desarrollo tecnológico, universidades y centros de formación técnica y de educación básica de gran reconocimiento en el contexto regional y nacional y además poseer un talento humano altamente calificado. Todo esto ha generado una élite académica destacada y un liderazgo en torno a la ciencia y la tecnología.

Cuenta con vías de acceso como el intercambiador de la Puerta del Sol, las Carreras 15, 27 y 33, la Autopista Bucaramanga-Piedecuesta y el Anillo Vial. Se conecta con el territorio nacional por vía terrestre con Barrancabermeja en su paso a Medellín, con la Costa Caribe, con Cúcuta en la frontera con Venezuela y con el Departamento de Boyacá por la carretera central en tránsito a Bogotá.

Su Terminal Aeropuerto de Palonegro recibe más de 250.000 pasajeros al año y de ellos un 5% son provenientes del extranjero. También cuenta con un excelente Terminal de Transporte Terrestre que está considerado como el mejor de Colombia, con destinos a todo el país y recibe aproximadamente 1.400.000 pasajeros anualmente.

Bucaramanga es una ciudad netamente comercial, existen otros renglones reconocidos como la industria del calzado, la confección, la prestación de servicios de salud, finanzas y educación.

1.2.2 Antecedentes de la ciudad a nivel nutricional. En 1998, fue posible establecer por primera vez desde el consumo dietario y con una aproximación cuantitativa, el patrón alimentario para la población adulta de Bucaramanga. Este hecho cobró relevancia en la medida en que esta población ha sufrido un ascenso

en sus tasas de mortalidad por entidades cardiovasculares y crónicas, con características epidémicas, lo que permite sugerir una transición demográfica y epidemiológica, asociada con el envejecimiento de la población, con la adopción de un estilo de vida sedentario, y con cambios en las características de la dieta.

Debido a la necesidad constante de mantener una buena salud, la cual se adquiere básicamente a través del consumo de una alimentación balanceada, nace la idea de crear un restaurante que ofrezca este servicio en el sector de la comuna XV de Bucaramanga.

Los restaurantes independientes tienen sus ventajas contra las cadenas y franquicias ya que en su gran mayoría, son pequeñas y medianas empresas (PYMES), dirigidas por sus propietarios y familiares, lo que les permite tomar decisiones inmediatas de capacitación, asesoría y consultoría para un mayor crecimiento y desarrollo.

“Bucaramanga, está localizada en una meseta a 959 [msnm](#). Al oriente está rodeada de montañas y al occidente se encuentra el cañón del Río de Oro. Está limitada por el Norte con el municipio de Ríonegro; por el Oriente con los municipios de Matanza, Charta y Tona; por el Sur con el municipio de Floridablanca y; por el Occidente con el municipio de Girón.

La red hídrica de la ciudad, está constituida por los Ríos: Oro, Frío, Suratá y Tona y por una serie de pequeñas quebradas ubicadas en las escarpas occidental y de Malpaso. Las principales fuentes de abastecimiento del Acueducto Metropolitano, las constituyen los Ríos Suratá y Tona, mientras que los Ríos de Oro y Frío cumplen una doble función como oferentes hídricos y receptores de las aguas servidas (manejo de aguas servidas).”¹⁶

¹⁶ <http://www.bucaramanga.gov.co/datos.asp>

1.3 MARCO DE REFERENCIA LEGAL

INVIMA: Normatividad establecida por el Instituto de vigilancia de medicamentos y alimentos es muy amplia, sin embargo se citarán algunos decretos establecidos para el sector alimenticio y que al momento de registrar la empresa de servicios de administración y suministro de alimentos para restaurantes, como establecimiento de comercio se debe tener en cuenta

Mediante resolución 253241 de Marzo 23 de 2000

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.

Decreto 2106 de 1983 El Ministerio de Salud establece normas de pureza para los insumos endulcolorantes utilizados en los productos alimenticios.

Decreto 60 de 2002 Reglamenta la expedición de registros sanitarios para establecimientos dedicados a la producción y elaboración de alimentos medidas sanitarias a todo establecimiento comercial Las licencias sanitarias expedidas por la secretaria de salud se rigen por toda las normas, decretos y leyes establecidas por el INVIMA.

Ley 399 de agosto 19 de 1997 Los establecimientos dedicados a la elaboración de alimentos son regidos bajo las normas del INVIMA en lo que respecta a alimentos y líquidos envasados para utilización o consumo inmediato.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

2.1.1 Objetivo General. Realizar un estudio de mercados que a través de una investigación de campo permita recopilar información relacionado con la demanda, oferta o competencia y demás variables del marketing, sobre la creación y futuro montaje de un restaurante especializado en alimentación balanceada en la comuna XV de Bucaramanga.

2.1.2 Objetivos Específicos. Para dar cumplimiento al objetivo general de mercados se desarrollará en orden cronológico los siguientes objetivos específicos:

- Describir claramente el servicio de restaurante especializado en almuerzos de alimentación balanceada, ofreciendo los menús o platos más saludables, por parte de los trabajadores y habitantes de la comuna XV de Bucaramanga.
- Identificar en el mercado potencial y objetivo; las personas que estarían dispuestas a consumir un almuerzo balanceado y nutricional en la zona de estudio de la comuna XV de Bucaramanga.
- Determinar la demanda o consumo de la población y trabajadores pertenecientes al sector de la comuna XV de Bucaramanga, precisando su situación actual y su comportamiento futuro.
- Definir la competencia actual y futura frente al servicio de restaurante de almuerzos balanceados que están atendiendo a la comunidad y trabajadores del sector de la comuna XV de Bucaramanga.

- Analizar las estrategias de comercialización implementadas por la competencia para dar a conocer el servicio de restaurante de almuerzos a domicilios en la comuna XV de Bucaramanga.
- Realizar un análisis de precios de la competencia en la zona, determinando las estrategias adecuadas para salir al mercado.
- Diseñar un plan publicitario y promocional de acuerdo al mercado objetivo al que va dirigido, los habitantes y población en general de la comuna XV de la ciudad de Bucaramanga.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

2.2.1 Definición, usos y especificaciones del producto y/o servicio. Para el presente proyecto el servicio se define como la venta de almuerzos especializados en alimentación balanceada, en diferentes menús o platos. El servicio se prestará de 11 a 3 p.m. y se manejará la modalidad por encargo, a la carta y servicio a domicilio.

Se contará una persona nutricionista que asesore al personal de cocina en la preparación de alimentos balanceados de acuerdo a las necesidades del cliente que se identifiquen con anticipación.

El comer sabroso es seleccionar la alimentación balanceada que se consume cada día con el fin de conservar excelente salud. Por tal razón se debe tener en cuenta los grupos básicos de la alimentación que contienen proteínas, vitaminas, minerales, frutas, verduras.

Listado de menú que se ofrecerá a los clientes:

Almuerzo 1

Sopa de pasta

Lomo de res a la plancha

Ensalada mediana de lechuga, espinacas, pepinos y zanahoria con aceite de oliva

Agua aromática

Almuerzo 2

Sopa de mazorca

Filete de pescado

Ensalada con aguacate

Arroz blanco

Limonada

Almuerzo 3

Sopa de espinacas

Pinchos de pollo

Display de ensalada

Jugo de curuba

Agua aromática

Almuerzo 4

Sopa de avena

Pechuga de pollo a la plancha

Verduras calientes

Papa asada

Te

Vaso con agua

Almuerzo 5

Sopa de verduras

Cerdo hawaiano

Papa al perejil

Ensalada primaveral (lechuga, arveja, zanahoria) con aceite de oliva

Agua aromática

Vaso de agua

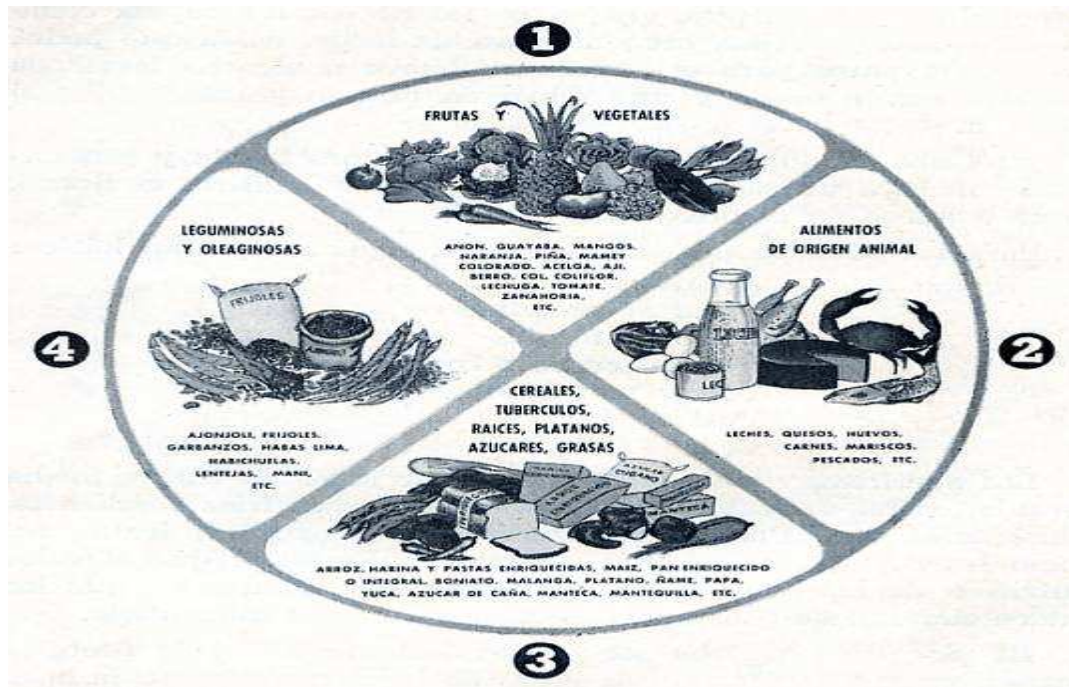
Sopas: Variadas con textura agradable, calientes, pueden ser de; Espinacas, ahuyama, mazorca, avena, verduras, brócoli, coliflor, pastas.

Entradas: Ensaladas plato principal en la alimentación actual se logran combinaciones de sabores frescos exquisitos y variados colores que son apetecidas por las personas adultas se pueden servir crudas, se aderezan con jugo de limón o aceite de oliva, las calientes pueden llevar carnes y aderezo con maizena, harina de trigo para la salsa.

Plato fuerte: Carnes, pollo, pescado, arroz con palmitos, pollo con almendras al curry, albóndigas, filete de pescado, lomo de cerdo, Lasagña, arroz.

Para ofrecer se dispondrán de dos menús diarios que los clientes escogerán de acuerdo al valor nutritivo y al costo ideal.

Figura 1. Alimentos Básicos Para Una Alimentación Balanceada



*Cubiertos: Los cubiertos se colocan según el orden de uso comenzando desde fuera hacia adentro de su posición lateral con respecto al plato, con respecto a los cubiertos de postre hay dos opciones: o se traen a la mesa al momento de servir o se tienen colocados previamente frente al borde superior del plato, el tenedor se coloca con los dientes orientados hacia la derecha y la cucharilla detrás de éste orientada hacia la izquierda.

Disposición Correcta de los implementos en la mesa:

*Servilleta: Se coloca doblada de manera rectangular sobre el plato llano, cuando se va a servir sopa, consomé o una copa de mariscos como entrada, se pone a la izquierda del comensal antes de los tenedores.

*Menú: En banquetes formales se acostumbra colocar una tarjeta de cartulina

blanca de unos 14 cms de largo por 10 de ancho aproximadamente, donde se inscribe la lista de platos a servir escrita a mano en tinta negra o tipografiada, esta tarjeta se coloca a la izquierda del comensal.

Figura 2 Grupo de alimentos por porciones



2.2.2 Productos sustitutos. Se considera como productos o servicios sustitutos, los establecimientos de comidas rápidas, restaurantes tanto de comida corriente como vegetarianos, asaderos y en algunos casos las fruterías.

2.2.3 Productos complementarios. Como productos o servicios complementarios que ofrecerá, el restaurante especializado en almuerzo y alimentación balanceada, será en primera instancia la asesoría personalizada de parte del nutricionista para atender cualquier tipo de dieta o manejar cualquier tipo de enfermedad del cliente, música ambiental.

2.2.4 Atributos diferenciadores del producto o servicio con respecto a la competencia. Como principales atributos diferenciadores frente a la competencia se tendrán:

Asesoría de nutricionistas especializados

Ubicación estratégica

Amplias y confortables instalaciones

Música de ambientación

Servicio personalizado

Buenas prácticas de manipulación de alimentos

Utilización de las excelentes materia primas frescas y variadas

Precios accesibles

Sala de espera y descanso

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial. Se elige como mercado potencial a la población y personal que trabaja en la comuna XV de Bucaramanga. Población Comuna XV 8.436

2.3.2 Mercado Objetivo. Como segmento a investigar se toma los trabajadores de las empresas que se encuentra en la comuna XV de Bucaramanga.

Empresas:

| | |
|-----------------------------|-------|
| Alcaldía: | 252 |
| Gobernación: | 379 |
| DIAN: | 302 |
| Das: | 170 |
| Palacio de Justicia: | 600 |
| Empresa Telecomunicaciones: | 400 |
| Banco Agrario: | 132 |
| Total | 2.235 |

2.4. LA DEMANDA

2.4.1 Investigación de mercados.

✓ **Planteamiento del problema de investigación de mercados.** Se hace necesario realizar una investigación de mercados que permita recopilar información relacionada con los hábitos, nivel de conocimiento, necesidades, nivel de aceptación y actitud de compra de los trabajadores de las empresas de los barrios del Centro y García Rovira, con relación a los almuerzos balanceados y/o dietas dirigidas en el sector de la comuna XV de Bucaramanga.

✓ **Necesidades de información.** Mediante el desarrollo de la investigación de mercados para la creación y puesta en marcha de un restaurante especializado en comida balanceada, es necesario contar con información primaria como:

- Se requiere identificar del mercado objetivo, precisando cuantos de los trabajadores de las empresas de la Comuna XV de Bucaramanga consumen alimentos balanceados.
 - Se requiere conocer los hábitos de los consumidores potenciales frente a consumo de almuerzos balanceados de la comuna XV de Bucaramanga.
 - Se hace necesario identificar los gustos, preferencias de los trabajadores de las empresas de la comuna XV de Bucaramanga, con relación al consumo de almuerzos balanceados.
 - Se necesita medir el nivel de aceptación de la puesta en marcha de un restaurante especializado en alimentación balanceada por parte de los trabajadores las empresas de la Comuna XV de Bucaramanga.
 - Se requiere cuantificar el consumo mensual y año de almuerzos balanceados que estarían dispuesto a consumir los trabajadores de las empresas de la comuna XV de Bucaramanga..
 - Se requiere medir cuanto estaría dispuesto a pagar los trabajadores de las empresas de la Comuna XV de Bucaramanga, por almuerzos especiales balanceados
- ✓ **Ficha técnica.** Desde el punto de vista metodológico, se presenta a continuación el tipo y método de investigación que se implementará, las fuentes primarias y secundarias, las técnicas e instrumentos requeridos, la definición de la población objeto y del cálculo de la muestra respectiva, además de su alcance y tiempo de aplicación.

Cuadro 2. Ficha técnica

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|--------------|--|----------|-----|-------------|-----|------|-----|-----|-----|---------------------|-----|----------------------------|-----|---------------|-----|-------|-------|
| <p>Tipo de investigación</p> | <p>Inicialmente para el presente proyecto, se hizo un estudio de tipo exploratorio el cual se fundamentará a través de fuentes secundarias de información, retomadas de expertos, clientes, competencia, referencias bibliográficas e Internet, entre otras.</p> <p>A demás, se recurrió a una investigación descriptiva, porque se hizo necesario ampliar y profundizar sobre la situación problemática, acudiendo a instrumento de medición, como la encuesta, mediante un cuestionario estructurado, con el propósito de recopilar información relevante en cuanto determinar la demanda insatisfecha.</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>Método de investigación</p> | <p>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 de mercado.</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>Fuentes de información</p> | <p>Primarias. Para las fuentes primarias de información empleadas en la investigación exploratoria se acudió a entrevistas a los especialistas en cuanto a la creación de empresa, profesionales en el ramo del estudio, cuyo propósito era de aproximarse a la situación problemática que se presenta en la etapa del anteproyecto.</p> <p>Para el análisis de la demanda se desarrolló una investigación descriptiva, el cual se empleo la técnica de recolección de información como la encuesta a trabajadores de las empresas que existen en la Comuna XV de Bucaramanga.</p> <p>Entre las fuentes secundarias de información empleadas se encuentra la información extractada de Proyectos de factibilidad, relacionadas con la creación de restaurantes y cafeterías, documentación y libros sobre alimentos, y conceptualización general en la Preparación y elaboración de proyectos de inversión, numero de establecimientos, (DANE, Secretaria de Salud, Invima, Icontec, Alcaldía del Municipio de incidencia, Cámara de Comercio), bibliotecas, consultas en Internet sobre empresas líderes en lo concerniente a la administración de servicios de restaurantes y cafeterías en Bucaramanga.</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>Técnicas de recolección de información</p> | <p>Encuesta(Véase anexo 2)</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>Instrumento</p> | <p>Cuestionarios estructurado</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>Modo de aplicación</p> | <p>Dirigida</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>Definición de población (elemento, unidad de muestreo)</p> | <p>Trabajadores de las empresas públicas y privadas de la comuna XV de Bucaramanga</p> <table border="0" data-bbox="760 1591 1464 1843"> <tr> <td>Funcionarios</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alcaldía</td> <td>252</td> </tr> <tr> <td>Gobernación</td> <td>379</td> </tr> <tr> <td>DIAN</td> <td>302</td> </tr> <tr> <td>Das</td> <td>170</td> </tr> <tr> <td>Palacio de Justicia</td> <td>600</td> </tr> <tr> <td>Empresa Telecomunicaciones</td> <td>400</td> </tr> <tr> <td>Banco Agrario</td> <td>132</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>2.235</td> </tr> </table> | Funcionarios | | Alcaldía | 252 | Gobernación | 379 | DIAN | 302 | Das | 170 | Palacio de Justicia | 600 | Empresa Telecomunicaciones | 400 | Banco Agrario | 132 | Total | 2.235 |
| Funcionarios | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alcaldía | 252 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Gobernación | 379 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| DIAN | 302 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Das | 170 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Palacio de Justicia | 600 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Empresa Telecomunicaciones | 400 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Banco Agrario | 132 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Total | 2.235 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Cuadro 2. (Continua)

| Proceso de muestreo | Probabilística al azar simple, mediante la siguiente formula matemática: $n = \frac{Z^2 p q N}{e^2 (N - 1) + Z^2 p q}$ n = Tamaño de la muestra. Z = Nivel de confianza 95% P= Probabilidad de éxito (50%). q = Probabilidad de fracaso (1-P) E = Error permitido (5%). N = Población. 2.235 n= 328 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------|---|---------|--|---------|-----------|---------|-----------|-----|----|--------------|-----|----|-------|-----|----|------|-----|----|----------------------|-----|----|-----------------------------|-----|----|----------------|-----|----|-------|-------|-----|
| Marco muestral | <table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="764 596 1084 632">Entidad</th> <th data-bbox="1084 596 1252 632">Población</th> <th data-bbox="1252 596 1425 632">Muestra</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="764 632 1084 667">Alcaldía:</td> <td data-bbox="1084 632 1252 667">252</td> <td data-bbox="1252 632 1425 667">37</td> </tr> <tr> <td data-bbox="764 667 1084 703">Gobernación:</td> <td data-bbox="1084 667 1252 703">379</td> <td data-bbox="1252 667 1425 703">56</td> </tr> <tr> <td data-bbox="764 703 1084 739">DIAN:</td> <td data-bbox="1084 703 1252 739">302</td> <td data-bbox="1252 703 1425 739">44</td> </tr> <tr> <td data-bbox="764 739 1084 774">Das:</td> <td data-bbox="1084 739 1252 774">170</td> <td data-bbox="1252 739 1425 774">25</td> </tr> <tr> <td data-bbox="764 774 1084 810">Palacio de Justicia:</td> <td data-bbox="1084 774 1252 810">600</td> <td data-bbox="1252 774 1425 810">88</td> </tr> <tr> <td data-bbox="764 810 1084 846">Empresa Telecomunicaciones:</td> <td data-bbox="1084 810 1252 846">400</td> <td data-bbox="1252 810 1425 846">59</td> </tr> <tr> <td data-bbox="764 846 1084 882">Banco Agrario:</td> <td data-bbox="1084 846 1252 882">132</td> <td data-bbox="1252 846 1425 882">19</td> </tr> <tr> <td data-bbox="764 882 1084 976">Total</td> <td data-bbox="1084 882 1252 976">2.235</td> <td data-bbox="1252 882 1425 976">328</td> </tr> </tbody> </table> | | | Entidad | Población | Muestra | Alcaldía: | 252 | 37 | Gobernación: | 379 | 56 | DIAN: | 302 | 44 | Das: | 170 | 25 | Palacio de Justicia: | 600 | 88 | Empresa Telecomunicaciones: | 400 | 59 | Banco Agrario: | 132 | 19 | Total | 2.235 | 328 |
| Entidad | Población | Muestra | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alcaldía: | 252 | 37 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Gobernación: | 379 | 56 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| DIAN: | 302 | 44 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Das: | 170 | 25 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Palacio de Justicia: | 600 | 88 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Empresa Telecomunicaciones: | 400 | 59 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Banco Agrario: | 132 | 19 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Total | 2.235 | 328 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alcance | Comuna XV de Bucaramanga | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Tiempo de aplicación | Febrero 15 a Marzo 15 de 2009. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Fuente: Autoras del proyecto

- **Tabulación, presentación y análisis de resultados.** De acuerdo con el trabajo de campo realizado a los trabajadores de las empresas públicas y privadas de la comuna XV de Bucaramanga, se presenta a continuación el análisis, presentación de resultados por cada una de las preguntas.

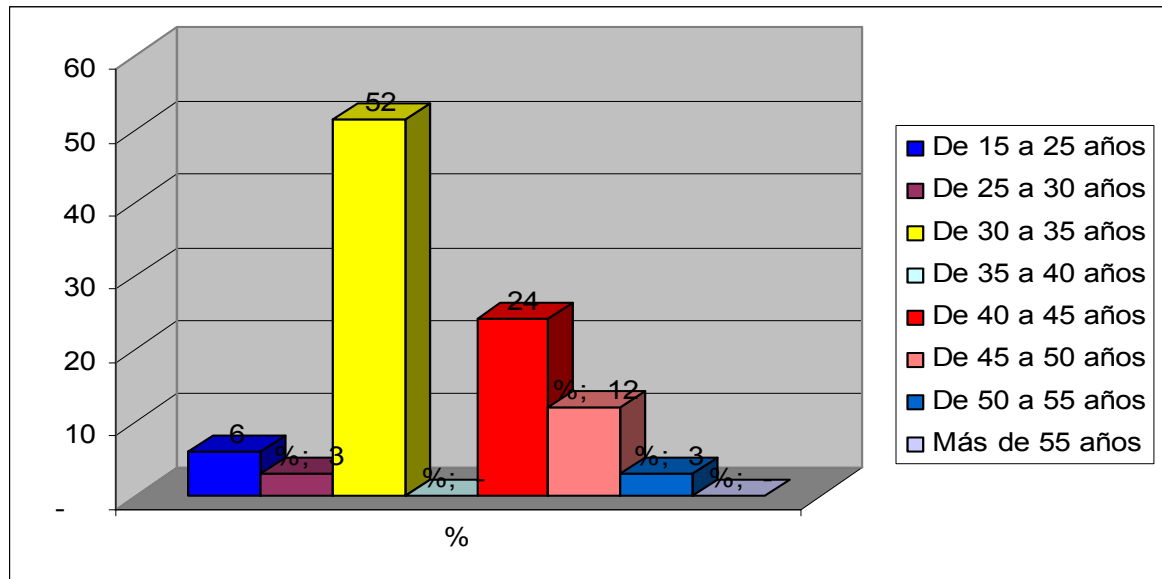
Pregunta 1. Edad

Cuadro 3. Edad

| Rango de edades | # de trabajadores | % |
|-----------------|-------------------|-----|
| De 15 a 25 años | 20 | 6 |
| De 25 a 30 años | 10 | 3 |
| De 30 a 35 años | 168 | 52 |
| De 35 a 40 años | - | - |
| De 40 a 45 años | 80 | 24 |
| De 45 a 50 años | 40 | 12 |
| De 50 a 55 años | 10 | 3 |
| Más de 55 años | - | - |
| Total | 328 | 100 |

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 3. Edad



Fuente: Autoras del proyecto

Análisis: Del total de trabajadores de las empresas públicas y privadas del sector de la comuna XV de Bucaramanga, el 52% se encuentran en edades que están entre 30 a 35 años, considerándose relativamente una población joven. Le sigue en importancia los trabajadores que se encuentran en edades de 40 a 45 años, con una participación del 24%. Tan solo el 3% se están en edades que va desde 25 a 30 años y mayores de 50 a 55 años. (Véase cuadro 3, figura 3)

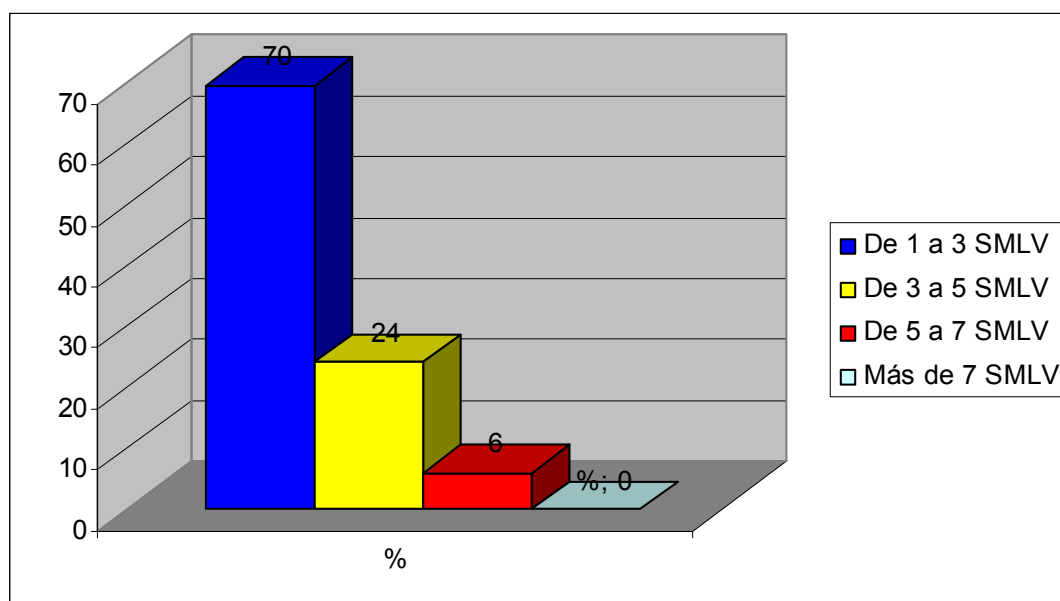
Pregunta 2. Nivel de ingresos

Cuadro 4. Nivel de ingresos

| Rango de Ingresos | # de trabajadores | % |
|-------------------|-------------------|-----|
| De 1 a 3 SMLV | 230 | 70 |
| De 3 a 5 SMLV | 79 | 24 |
| De 5 a 7 SMLV | 19 | 6 |
| Más de 7 SMLV | 0 | 0 |
| Total | 328 | 100 |

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 4. Nivel de ingresos



Fuente: Autoras del proyecto

Análisis: El 70% de los trabajadores de la comuna XV de Bucaramanga, manifestaron estar devengando en la actualidad un promedio de ingreso que van desde 1 a 3 SMLV, el 24% están entre 3 a 5 SMLV. Tan solo el 6% adujo estar en la escala que va desde 5 a 7 SMLV. (Véase cuadro 4, figura 4)

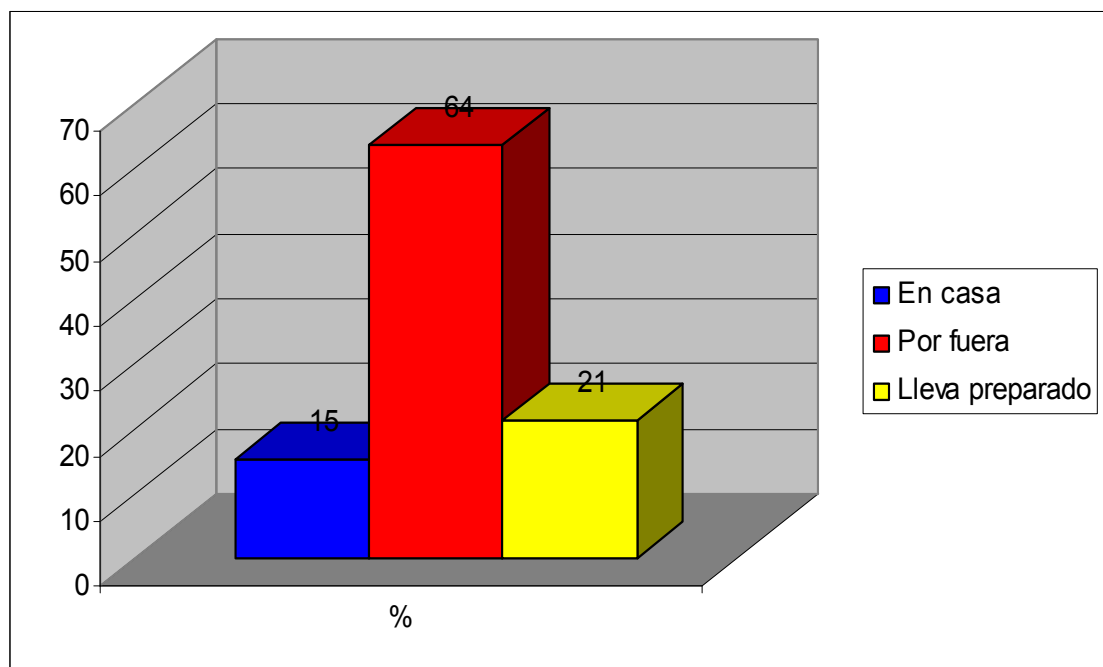
Pregunta 3. ¿Donde acostumbra almorzar en la actualidad?

Cuadro 5. Lugar donde acostumbra almorzar

| Lugar | # de trabajadores | % |
|-----------------|-------------------|-----|
| En casa | 49 | 15 |
| Por fuera | 210 | 64 |
| Lleva preparado | 69 | 21 |
| Total | 328 | 100 |

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 5. Lugar donde acostumbra almorzar



Fuente: Autoras del proyecto

Análisis, Del total de los trabajadores de entidades públicas y privadas del sector de la comuna XV, el 64% acostumbra almorzar fuera de casa, y el resto, es decir, 21% lleva su merienda diaria. Tan solo el restante 15% manifestó que si va a su casa. Lo anterior se observa el gran potencial de mercado que se tiene de personas que almuerzan fuera de casa, que favorece a las intenciones del desarrollo del presente estudio.

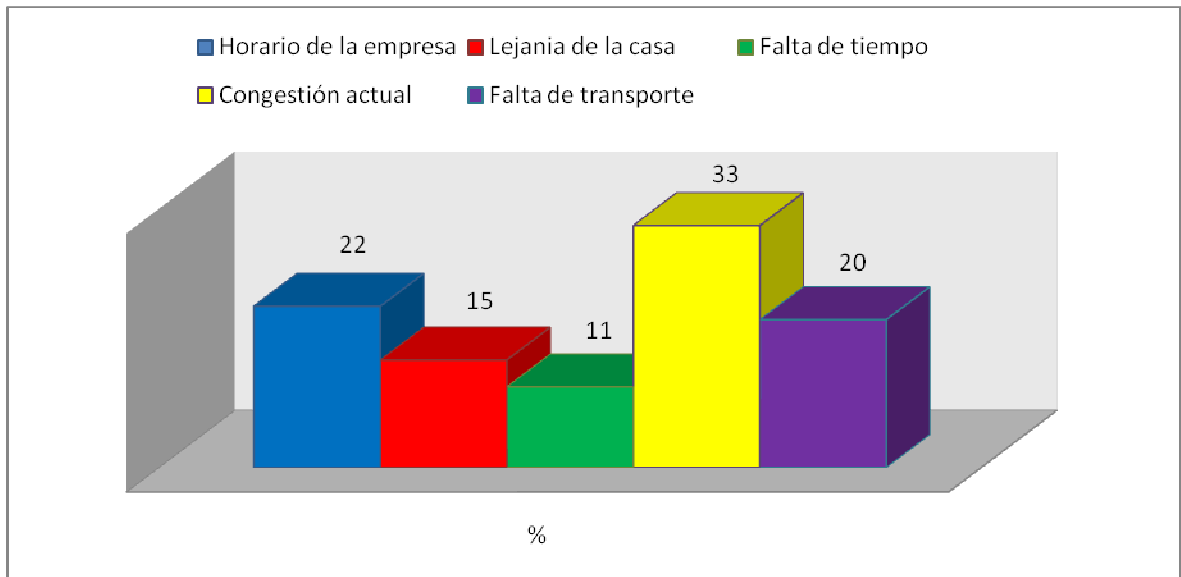
Pregunta 4. ¿Qué incide en la decisión de almorzar fuera de casa?

Cuadro 6. Factores que inciden en la decisión de almorzar fuera de casa

| Factores | # de respuestas | % |
|-----------------------|-----------------|-----|
| Horario de la empresa | 120 | 22 |
| Lejanía de la casa | 80 | 15 |
| Falta de tiempo | 60 | 11 |
| Congestión actual | 180 | 33 |
| Falta de transporte | 110 | 20 |
| Total | 550 | 100 |

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 6. Factores que inciden en la decisión de almorzar fuera de casa



Fuente: Autoras del proyecto

Análisis: Para el 33% de los trabajadores de las empresas públicas y privadas que laboran en el sector de la comuna XV, de Bucaramanga, que almuerzan fuera de casa manifiestan que el principal factor que incide en la presente decisión, es la congestión que genera el transporte y congestión de las vías por el alto número de vehículos en horas pico y por las obras realizadas, le sigue en importancia el cambio de horarios que son sometidos a jornada continua, donde dan solo una hora para almorzar, según lo afirma el 22% de los trabajadores. Solo el 11% aduce la falta de tiempo para ir hasta la casa.

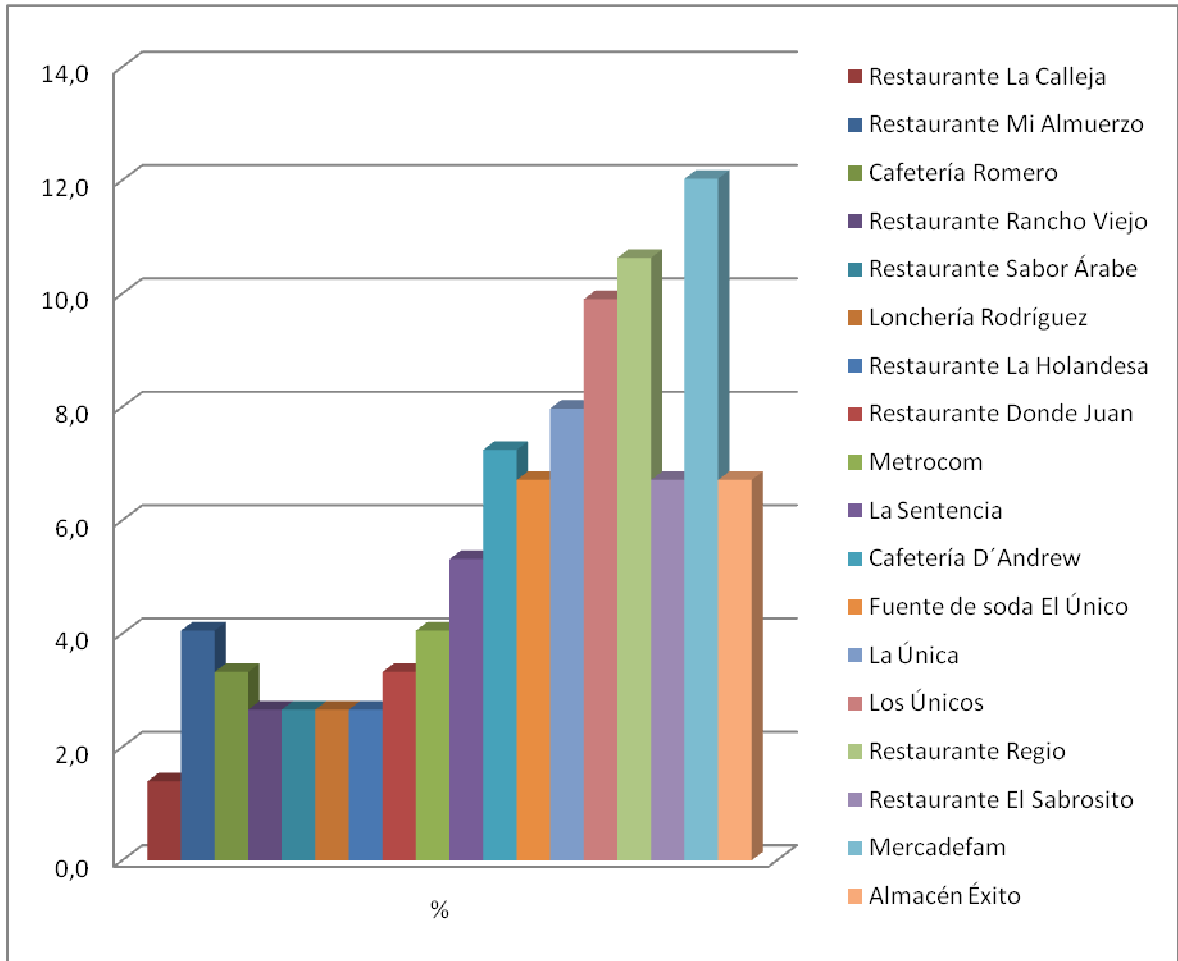
5. ¿De los siguientes sitios cuales son los de mayor preferencia?

Cuadro 7. Sitio de preferencia para ir almorzar

| Nombre Establecimiento | # de respuestas | % |
|-------------------------------|------------------------|--------------|
| Restaurante La Calleja | 21 | 1,4 |
| Restaurante Mi Almuerzo | 61 | 4,1 |
| Cafetería Romero | 50 | 3,3 |
| Restaurante Rancho Viejo | 40 | 2,7 |
| Restaurante Sabor Árabe | 40 | 2,7 |
| Lonchería Rodríguez | 40 | 2,7 |
| Restaurante La Holandesa | 40 | 2,7 |
| Restaurante Donde Juan | 50 | 3,3 |
| Metrocom | 61 | 4,1 |
| La Sentencia | 80 | 5,3 |
| Cafetería D'Andrew | 109 | 7,2 |
| Fuente de soda El Único | 101 | 6,7 |
| La Única | 120 | 8,0 |
| Los Únicos | 149 | 9,9 |
| Restaurante Regio | 160 | 10,6 |
| Restaurante El Sabrosito | 101 | 6,7 |
| Mercadefam | 181 | 12,0 |
| Almacén Éxito | 101 | 6,7 |
| Total | 1505 | 100,0 |

Fuente: autoras del proyecto

Figura 7. Sitio de preferencia para ir almorzar



Fuente: Autoras del proyecto

Análisis: Los sitios donde mayor acude el personal que la labora en la comuna XV de Bucaramanga, para ir almorzar son en su orden son Mercadefam, con una participación del 12%, le sigue en importancia Restaurante Regio según lo afirma el 10,6%, Los únicos con el 9,9%, en la zona netamente del centro. Con respecto a la parte de la carrera 10 y 11, cerca de la Gobernación, Alcaldía y Palacio de Justicia, se ubica en un nivel de preferencia del 4,1%, el restaurante Mil Almuerzos, seguido de cafetería Romero, con el 3,3%, reconocido en dicha zona.

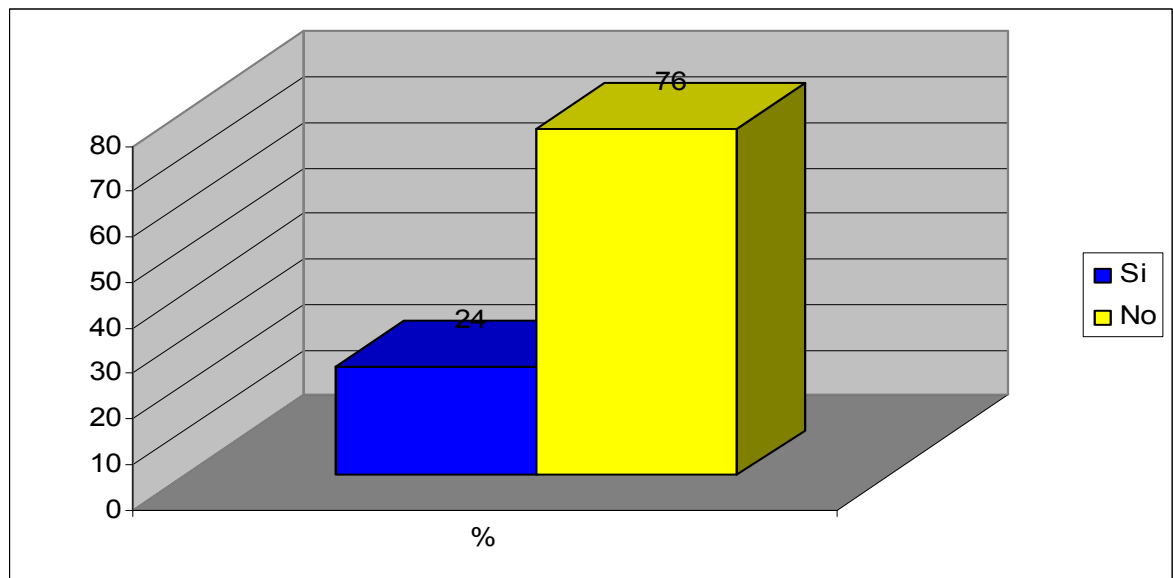
Pregunta 6. ¿En la actualidad padece de algún tipo de enfermedad que requiera de una dieta especial?

Cuadro 8. Concepto sobre si padece de alguna enfermedad que requiera dieta especial

| Concepto | # de trabajadores | % |
|----------|-------------------|-----|
| Si | 50 | 24 |
| No | 160 | 76 |
| Total | 210 | 100 |

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 8. Concepto sobre si padece de alguna enfermedad que requiera dieta especial



Fuente: Autoras del proyecto

Análisis: Esta pregunta se formula, por que a la hora de balancear una dieta se requiere de saber que enfermedades tiene los futuros consumidores y si requiere de una dieta especial, de ahí su relevancia, por tanto se logro precisar que el 76% no tiene dolencias, sin embargo hicieron énfasis, que igualmente les gusta cuidar su salud y figura, alimentándose bien. El restante 24% manifestaron que si padece de algún tipo de enfermedad, como hipertensión, colesterol, triglicéridos y diabetes.

Pregunta 7. ¿Qué clase de alimentación consume en la actualidad?

Cuadro 9. Clase de alimentación que consume

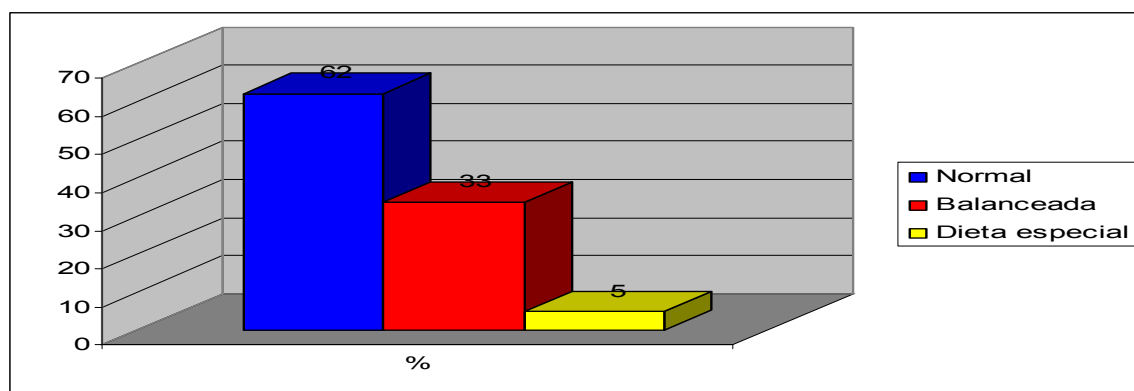
| Clase de alimentación | # de Personas | % |
|-------------------------|---------------|-----|
| Normal | 130 | 62 |
| Balanceada* | 70 | 33 |
| Dieta especial** | 10 | 5 |
| Total | 210 | 100 |

*El consumo de grupos básicos de la alimentación que contienen proteínas, vitaminas, minerales, frutas, verduras.

**El consumo de alimentos recomendados por nutricionistas y médicos para prevenir y atender ciertas enfermedades

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 9. Clase de alimentación que consume



Fuente: Autoras del proyecto

Análisis: El tipo de alimentación que viene consumiendo los trabajadores del sector de la comuna XV de Bucaramanga que almuerza por fuera de casa, es normal según lo afirman el 62% de ellos, es decir, en algunas ocasiones del famoso corrientazo o el ejecutivo. Para el restante 33% está repartido en un consumo de almuerzos balanceados y para dietas especiales, como lo precisan el 33% y 5% respectivamente. Lo anterior demuestra que en las intenciones del proyecto esta de cumplir con las exigencias de los consumidores, demostrando que existe un potencial, para ser atendido.

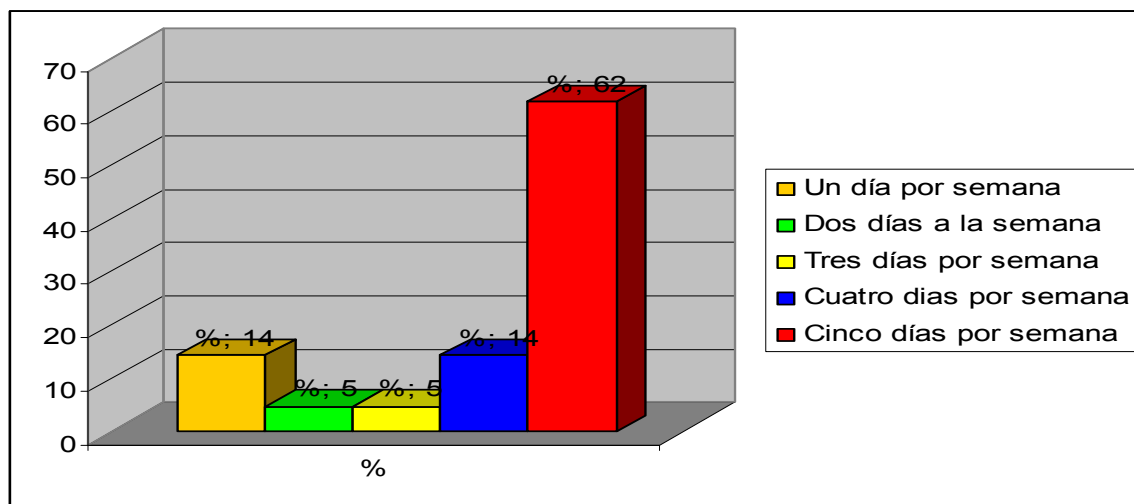
Pregunta 8. ¿Con qué frecuencia acude a un restaurante?

Cuadro 10. Frecuencia con que acude a un restaurante

| Frecuencia de consumo | # de personas | % |
|------------------------|---------------|-----|
| Un día por semana | 30 | 14 |
| Dos días a la semana | 10 | 5 |
| Tres días por semana | 10 | 5 |
| Cuatro días por semana | 30 | 14 |
| Cinco días por semana | 130 | 62 |
| Total | 210 | 100 |

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 10. Frecuencia con que acude a un restaurante



Fuente: Autoras del proyecto

Análisis: Para el personal de trabajadores que laboran en la zona de la comuna XV, que acostumbra almorzar fuera de casa, el 62%, acude a este tipo de restaurante los cinco días a la semana, es decir los días laborables de lunes a viernes, proporción alta y que favorece a las intenciones del proyecto. Solo un porcentaje mínimo del 5% coincidió que va de dos a tres días por semana.

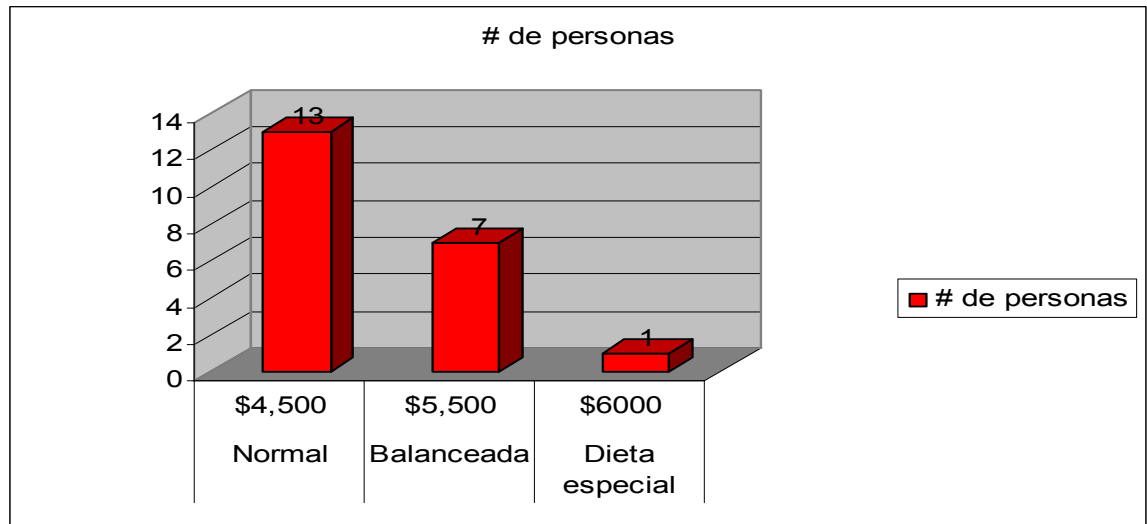
Pregunta 9. ¿Cuánto canceló la última vez por almuerzo?

Cuadro 11. Precio promedio por tipo de almuerzo

| Tipo de almuerzo | Precio promedio | # de personas | % |
|------------------|-----------------|---------------|-----|
| Normal | \$4,500 | 130 | 62 |
| Balanceada | \$5,500 | 70 | 33 |
| Dieta especial | \$6000 | 10 | 5 |
| Total | | 210 | 100 |

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 11. Precio promedio por tipo de almuerzo.



Fuente: Autoras del proyecto

Análisis: Del total de trabajadores que almuerzan por fuera de casa, y que consumen una dieta normal, han pagado en promedio por el un total de \$4.500, para los que prefieren un plato balanceado ha pagado hasta \$5.500. Para las personas que tienen como necesidad una dieta especial, han cancelado hasta \$6.000.

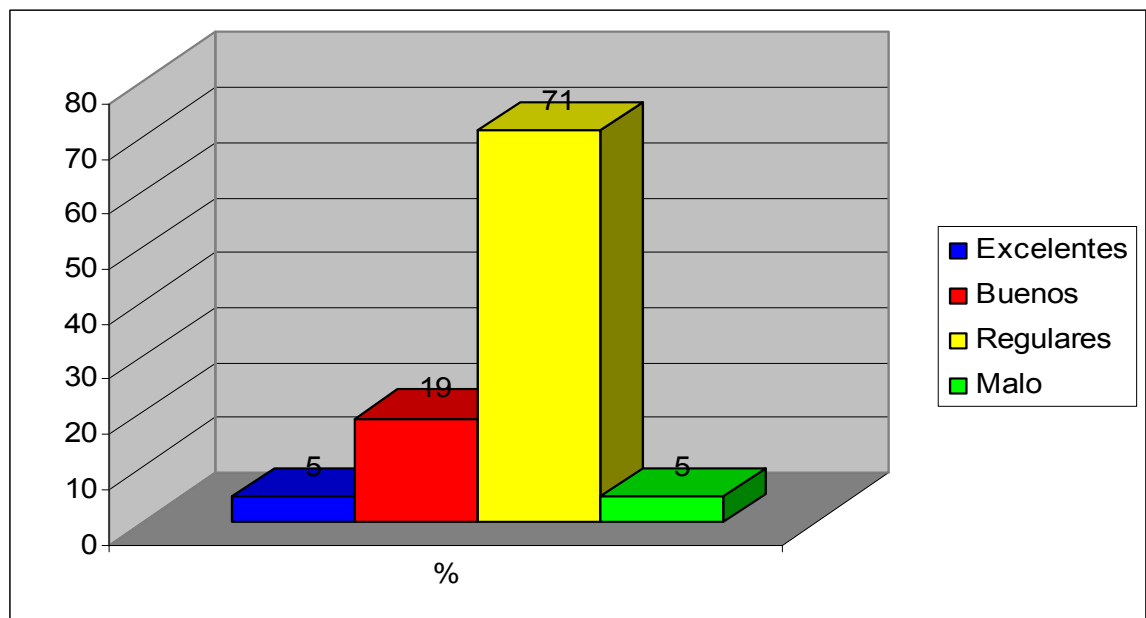
Pregunta 10. ¿Cómo califica usted los almuerzos que en la actualidad consume?

Cuadro 12. Calificación de los almuerzos que consume

| Calificación | # de personas | % |
|--------------|---------------|-----|
| Excelentes | 10 | 5 |
| Buenos | 40 | 19 |
| Regulares | 150 | 71 |
| Malo | 10 | 5 |
| Total | 210 | 100 |

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 12. Calificación de los almuerzos que consume



Fuente: Autoras del proyecto

Análisis: De acuerdo de la opinión de los trabajadores que almuerzan por fuera, conceptuaron que de acuerdo al tipo de almuerzo que consume en la actualidad, lo califican de regulares según para el 71% de ellos, para el 19% dicen que son buenos. Tan solo para el 5% se encuentra dividida su opinión entre los dos extremos entre excelentes y malos.

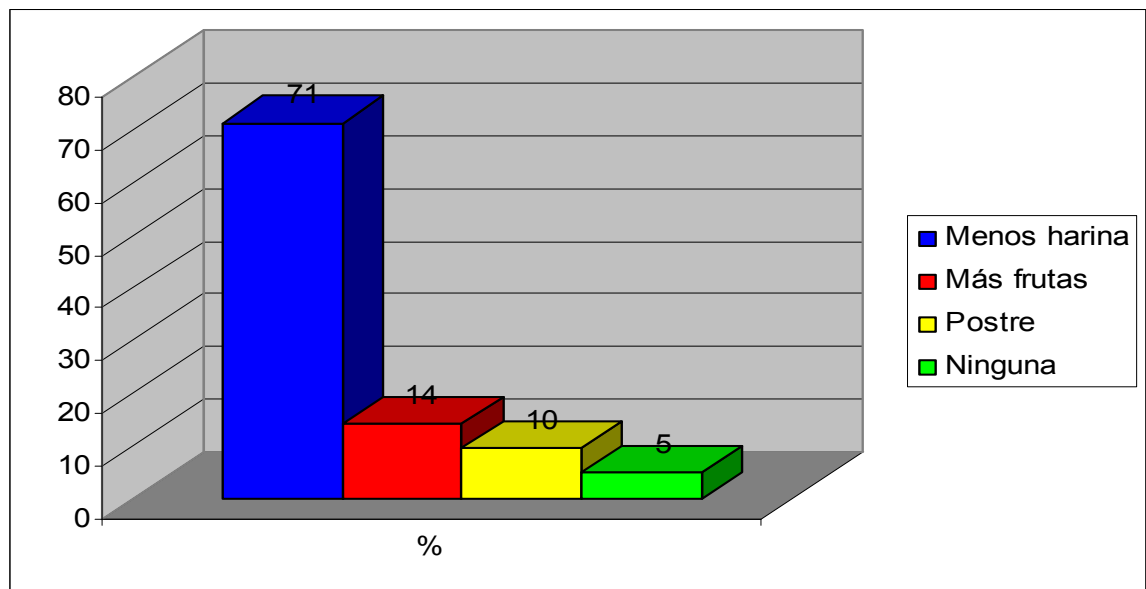
Pregunta 11. ¿Qué mejoraría usted a los almuerzos que actualmente consume?

Cuadro 13. Sugerencias para mejorar los almuerzos actuales

| Sugerencias | # de personas | % |
|--------------|---------------|-----|
| Menos harina | 150 | 71 |
| Más frutas | 30 | 14 |
| Postre | 20 | 10 |
| Ninguna | 10 | 5 |
| Total | 210 | 100 |

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 13. Sugerencias para mejorar los almuerzos actuales



Fuente: Autoras del proyecto

Análisis: El 71% de los trabajadores del sector de la comuna XV, de Bucaramanga, sugieren que los almuerzos que en la actualidad consume, tengan menos harinas, el 14% manifiesta que incluyan más frutas. Para una proporción mínima del 5% les parece que están bien y no les sugieren ninguna recomendación al respecto.

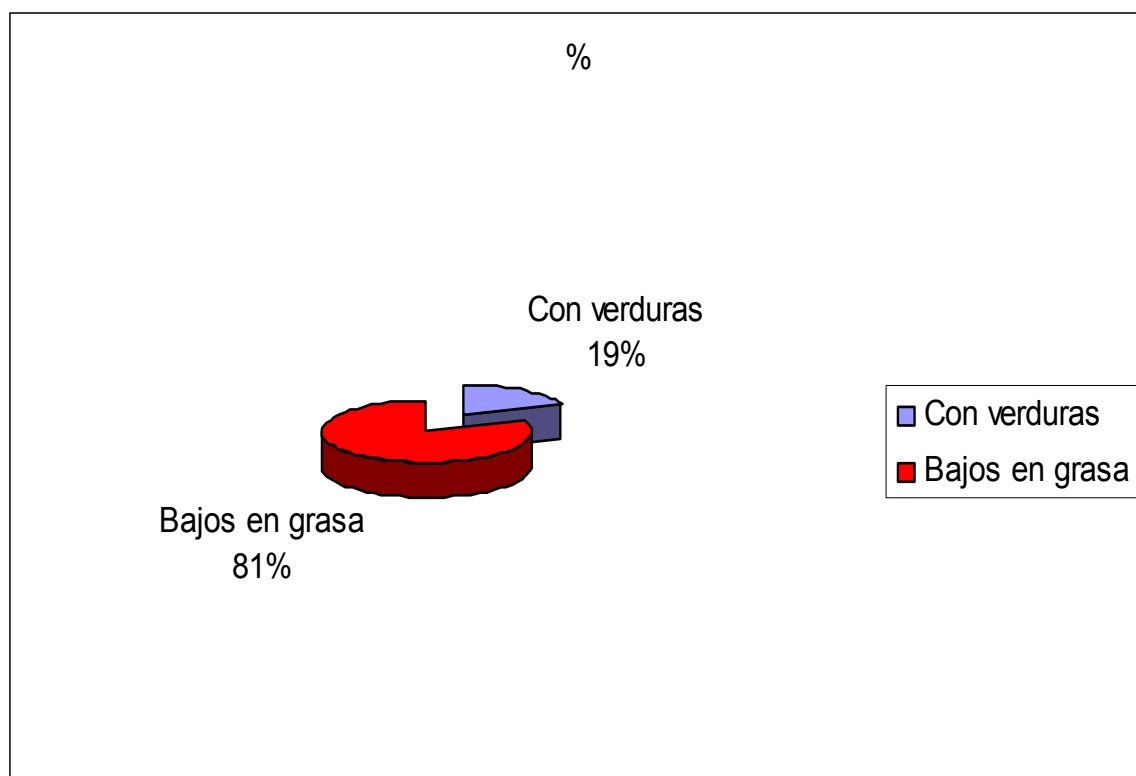
Pregunta 12 ¿Qué conoce de los almuerzos balanceados?

Cuadro 14. Conocimiento de los almuerzos balanceados

| Conocimiento | # de personas | % |
|----------------|---------------|-----|
| Con verduras | 40 | 19 |
| Bajos en grasa | 170 | 81 |
| Total | 210 | 100 |

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 14. Conocimiento de los almuerzos balanceados



Fuente: Autoras del proyecto

Análisis: Para el 81% de los trabajadores de las empresas públicas y privadas que laboran en la zona de la comuna XV, de Bucaramanga, conoce de los almuerzos balanceados que son los que están bajos en grasa, para el restante 19%, opinan que son aquellos que incluyen gran proporción de verduras.

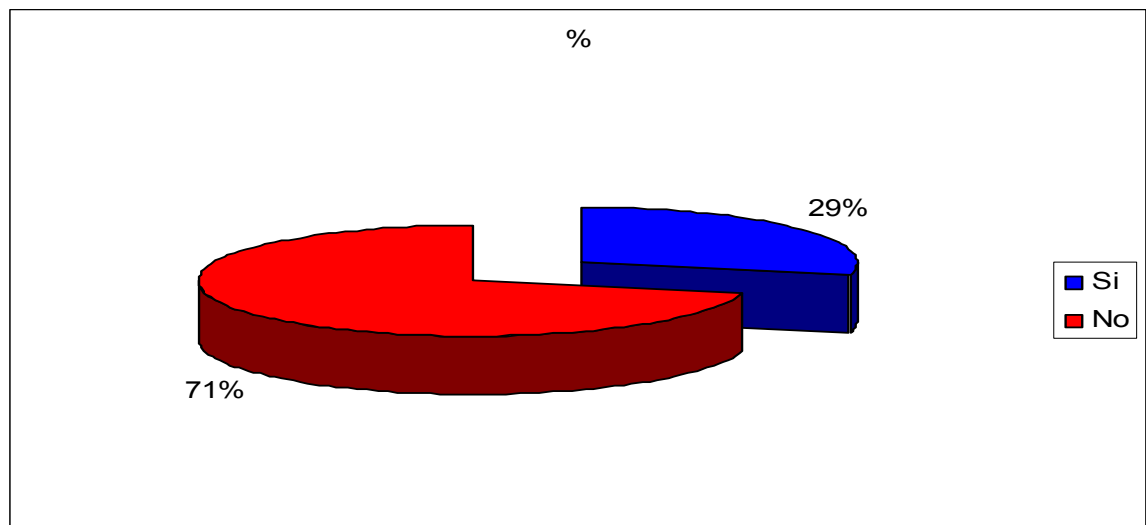
Pregunta 13. ¿Conoce en el sector un sitio donde ofrezcan alimentación balanceada?

Cuadro 15. Grado de conocimiento sobre un sitio que venda almuerzos balanceados

| Concepto | # de personas | % |
|----------|---------------|-----|
| Si | 60 | 29 |
| No | 150 | 71 |
| Total | 210 | 100 |

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 15. Grado de conocimiento sobre un sitio que venda almuerzos balanceados



Fuente: Autoras del proyecto

Análisis: Para el 71% de los trabajadores de la zona de la comuna XV de Bucaramanga, que acostumbran almorzar por fuera, manifiestan no conocer un sitio especializado de comida balanceada en el sector de los barrios del centro y García Rovira. Para el restante 29%, considera que si existe y han acudido a un lugar que vende este tipo de alimentos, pero que no hace parte de este sector.

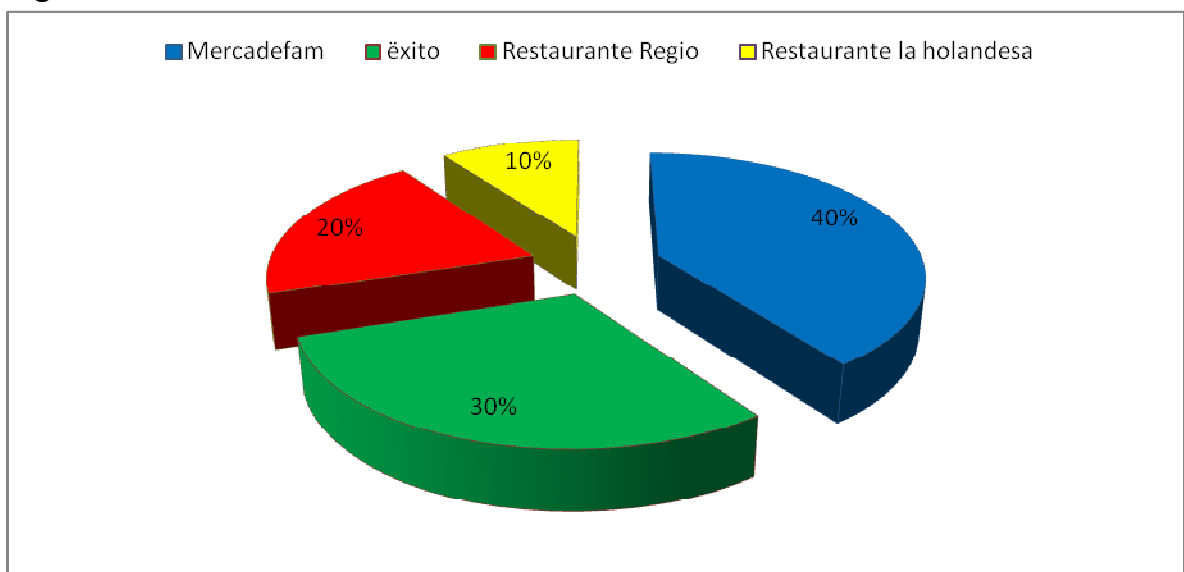
Pregunta 14. ¿Qué sitios conoce actualmente que vendan almuerzos balanceados?

Cuadro 16. Sitios donde venden almuerzos balanceados en la comuna XV

| Sitios | # de personas | % |
|--------------------------|---------------|-----|
| Mercadefam | 24 | 40 |
| Éxito | 18 | 30 |
| Restaurante Regio | 12 | 20 |
| Restaurante La Holandesa | 6 | 10 |
| Total | 60 | 100 |

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 16. Sitios donde venden almuerzos balanceados en la comuna XV



Fuente: Autoras del proyecto

Análisis: Para las personas que manifestaron conocer un sitio donde venden almuerzos balanceados, el 40% afirmaron que saben de un sitio especial como es Mercadefam, donde expenden alimentación tipo buffet, donde escogen los platos que desean en cuanto a sopas, ensaladas, carnes etc., lo mismo ocurre en la cafetería de almacenes Éxito, según lo afirma el 30%. Solo para el 10% de ellos confirmaron al Restaurante la Holandesa.

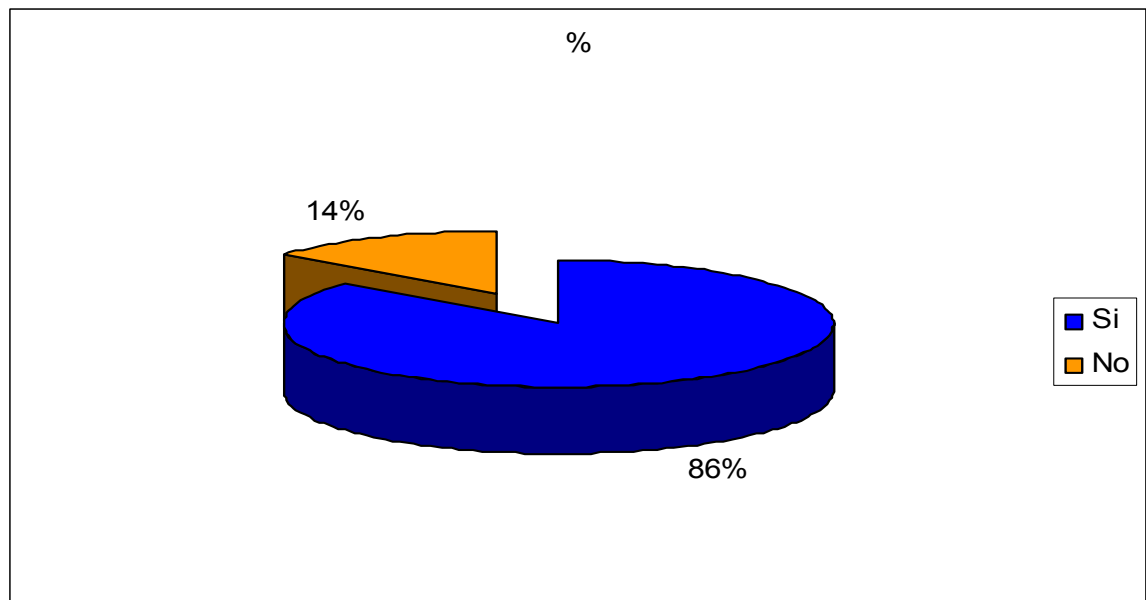
Pregunta 15. ¿Sí existiera un restaurante que ofrezca comida balanceada y/o dietas especiales, estaría dispuesto a ir y consumirlos?

Cuadro 17. Concepto sobre la disposición de ir a un restaurante especializado en comida balanceada

| Concepto | # de personas | % |
|----------|---------------|-----|
| Si | 180 | 86 |
| No | 30 | 14 |
| Total | 210 | 100 |

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 17. Concepto sobre la disposición de ir a un restaurante especializado en comida balanceada



Fuente: Autoras del proyecto

Análisis: Del personal que acude almorzar fuera de casa, el 86% manifestó su interés en acudir a un sitio donde se especialice en preparar almuerzos balanceados. Tan solo un 14% no se encuentra dispuesto a ir a este sitio por ahora.

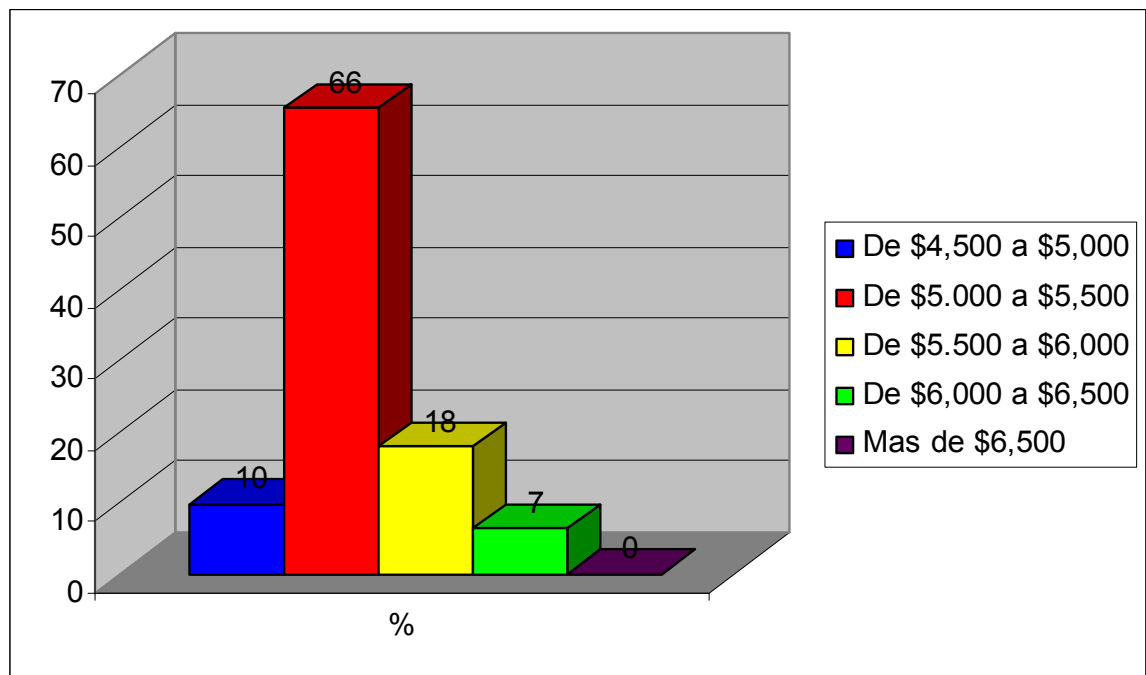
Pregunta 16. ¿Cuánto pagaría usted por un almuerzo balanceado?

Cuadro 18. Precio promedio estimado por almuerzo balanceado

| Rango de precios | # de personas | \$ Precios | % |
|-----------------------------|---------------|------------|-----|
| De \$4,500 a \$5,000 | 20 | 95.000 | 10 |
| De \$5.000 a \$5,500 | 120 | 630.000 | 66 |
| De \$5.500 a \$6,000 | 30 | 172.500 | 18 |
| De \$6,000 a \$6,500 | 10 | 62.500 | 7 |
| Mas de \$6,500 | 0 | - | 0 |
| Total | 180 | 960.000 | 100 |
| Precio promedio \$/almuerzo | | 5.333 | |

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 18. Precio promedio estimado por almuerzo balanceado



Fuente: Autoras del proyecto

Análisis: Del total de trabajadores de la comuna XV de Bucaramanga, y que está interesado en consumir almuerzos balanceados, manifestaron que estarían dispuesto a cancelar por cada uno un valor de \$5.333, donde el 66% lo ubicaron en una escala que va desde \$5.000 a \$5.500. El 18% estaría dispuesto a cancelar entre \$5.500 y \$6.000.

2.4.2 Estimación de la demanda. De acuerdo con la información recopilada en el trabajo de campo aplicado a una muestra representativa de los trabajadores de las empresas públicas y privadas del sector de la comuna XV, donde corresponde los barrios del Centro y García Rovira de Bucaramanga, dichos resultados se extrapolan a la población total de 2.235 personas.

Para un N = 2.235 Personas

Donde el 64% acostumbra almorzar por fuera de casa, es decir 1.430, que de acuerdo a la frecuencia de asistencia a este tipo de establecimientos da como resultado un consumo total por semana de 2437 almuerzos, que multiplicado por las 52 semanas comerciales que tiene el año, da un equivalente de 126.724 platos. (Véase cuadro 19)

Cuadro 19. Demanda total de almuerzos

| Frecuencia de consumo | # de personas | frecuencia semanal | Cantidad por semana | Por 52 semanas año |
|------------------------------|----------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|
| Un día por semana | 200 | 5 | 1.000 | 52.000 |
| Dos días a la semana | 72 | 2,5 | 180 | 9.360 |
| Tres días por semana | 72 | 1,666 | 120 | 6.240 |
| Cuatro días por semana | 200 | 0,8 | 250 | 13.000 |
| Cinco días por semana | 887 | 1 | 887 | 46.124 |
| Total | 1430 | | 2.437 | 126.724 |

Fuente: Autoras del proyecto

Por lo anterior, y conocida la clase de almuerzos que en la actualidad consumen los trabajadores, se distribuye proporcionalmente por clase de alimentación. (Véase cuadro 20)

Cuadro 20. Distribución de la demanda total por clase de alimentación

| Clase de alimentación | Total almuerzos |
|------------------------------|------------------------|
| Normal | 78.569 |
| Balanceada | 41.819 |
| Dieta especial | 6.336 |
| Total | 126.724 |

Fuente: Autoras del proyecto

Bajo el mismo procedimiento anterior, se precisa y calcula la demanda efectiva de la cantidad efectiva de almuerzos de las personas que desean y están interesados en cambiar sus habituales platos en alimentos más balanceados.

Se encontró que del total de personas que almuerzan por fuera, es decir 1.430, el 86% está dispuesto a ir a dicho establecimiento, equivalente a 1.230.

Cuadro 21. Demanda total efectiva

| Frecuencia de consumo | # de personas | frecuencia semanal | Cantidad por semana | Por 52 semanas año |
|------------------------------|----------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|
| Un día por semana | 172 | 5 | 861 | 44.777 |
| Dos días a la semana | 62 | 2,5 | 155 | 8.060 |
| Tres días por semana | 62 | 1,666 | 103 | 5.356 |
| Cuatro días por semana | 172 | 0,8 | 215 | 11.180 |
| Cinco días por semana | 763 | 1 | 763 | 39.676 |
| Total | 1230 | | 2.097 | 109.049 |

Fuente: Autoras del proyecto

Igualmente, se distribuye la demanda, para la población que desea realmente los almuerzos balanceados y para dietas especiales, a saber: (Véase cuadro 22)

Cuadro 22. Distribución de la demanda efectiva

| Clase de alimentación | Total almuerzos |
|------------------------------|------------------------|
| Balanceada | 102.506 |
| Dieta especial | 6.543 |
| Total | 109.049 |

Fuente: Autoras del proyecto

2.4.3 Evolución histórica de la demanda. Mediante investigación realizada por las autoras del proyecto se logro constatar, como ha crecido en el último año la contratación de personal por parte de las entidades cuestionadas, las personas encargadas del recurso humano, estimaron un factor de crecimiento con respecto al año anterior, del 2.007 al 2.008, equivalente a un promedio del 3% de incremento, factor que se empleará para su proyección respectiva. (Véase cuadro 23)

Cuadro 23. Factor de crecimiento promedio por entidad

| Entidad | Incremento % |
|-------------------------------|---------------------|
| Alcaldía: | 3 |
| Gobernación: | 5 |
| DIAN: | 2 |
| Das: | 2 |
| Palacio de Justicia: | 3 |
| Empresa Telecomunicaciones: | 4 |
| Banco Agrario: | 2 |
| Total | 21 |
| Crecimiento promedio % | 3 |

Fuente: Autoras del proyecto

2.4.4 Proyección de la demanda. Partiendo del cálculo anterior de demanda total y efectiva por tipo de alimentación y bajo el criterio de proyección de valor

presente a valor futuro se estima la demanda para los próximos 5 años. (Véase cuadros 24 y 25)

Cuadro 24. Proyección de demanda total a cinco años

| Clase de alimentación | Total almuerzos | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|------------------------------|------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Normal | 78.569 | 80.926 | 83.354 | 85.854 | 88.430 | 91.083 |
| Balanceada | 41.819 | 43.073 | 44.366 | 45.697 | 47.068 | 48.480 |
| Dieta especial | 6.336 | 6.526 | 6.722 | 6.924 | 7.131 | 7.345 |
| Total | 126.724 | 130.526 | 134.441 | 138.475 | 142.629 | 146.908 |

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 25. Proyección de demanda efectiva a cinco años

| Clase de alimentación | Total almuerzos | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|------------------------------|------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Balanceada | 102.506 | 105.581 | 108.749 | 112.011 | 115.372 | 118.833 |
| Dieta especial | 6.543 | 6.739 | 6.941 | 7.150 | 7.364 | 7.585 |
| Total | 109.049 | 112.321 | 115.690 | 119.161 | 122.736 | 126.418 |

Fuente: Autoras del proyecto

2.5 LA OFERTA

2.5.1 Análisis de la situación actual de la competencia. Mediante observación directa, y de acuerdo con la base de datos de la empresa Bavaria S.A. de Bucaramanga, se encontró que en el sector de la comuna XV, existen en la actualidad un total de 18 tipos de restaurante. (Véase cuadro 26).

Cuadro 26. Restaurantes del sector de la comuna XV de Bucaramanga

| No. | Nombre Establecimiento | Nombre | Dirección | Barrio | Teléfono |
|-----|--------------------------|-------------------------------------|-------------|------------------|--------------|
| 1 | Restaurante la Calleja | Mary Gómez | CL 42 12-52 | GARCIA ROVIRA | 576306431 |
| 2 | Restaurante Mi Almuerzo | Hernán Saúl Serrano | KR 12 42-82 | GARCIA ROVIRA | 576522930 |
| 3 | Cafetería Romero | Guadalupe Sánchez | KR 10 44-28 | GARCIA ROVIRA | 0576526913-0 |
| 4 | Restaurante Rancho Viejo | Emiliano Sierra | KR 10 44-06 | GARCIA ROVIRA | 0576428550-0 |
| 5 | Restaurante Sabor Árabe | Luís Alberto Bohórquez Caballero | CL 42 11-28 | GARCIA ROVIRA | 576704914 |
| 6 | Lonchería Rodríguez | Liduvina Rodríguez | CL 33 12-09 | CENTRO | 576427307 |
| 7 | Restaurante La Holandesa | Lidia Vesga Gómez | CL 34 11-23 | CENTRO | 576338068 |
| 8 | Restaurante Donde Juan | Eucaris Sanabria | CL 35 12-56 | CENTRO | 576420614 |
| 9 | Metrocom | Efrén Cuartas Quiroz | CL 44 12 67 | CENTRO | 576526481 |
| 10 | La Sentencia | María Teresa Díaz | KR 10 41-04 | CENTRO | 576520535 |
| 11 | Cafetería D'andre | Luz Helena Ruiz | KR 10 34-46 | CENTRO | 0576424579-0 |
| 12 | Fuente de Soda el Único | Olga Rodríguez | KR 10 35-74 | CENTRO | 576426497 |
| 13 | La Única | Herminia Chaparro | KR 10 35-56 | CENTRO | 576333667 |
| 14 | Los Únicos | Amparo Zehr | KR 10 35-60 | CENTRO | 576703683 |
| 15 | Restaurante Regio | Cecilia Mogollón | KR 11 37-57 | CENTRO | 33108819725 |
| 16 | Restaurante el Sabrosito | José Arsenio Sánchez | KR 14 43-55 | CENTRO | 33162289850 |
| 17 | Mercadefam | Mercadefam centro | CL 37 15-26 | CENTRO | 6304451 |
| 18 | Almacén éxito | Restaurante Éxito | CI 36 15-33 | CENTRO | 6481385 |

Fuente: Bavaria S.A., Octubre de 2.008

Igualmente se precisó la cantidad promedio de almuerzos que venden diariamente, equivalente a 1.400, dando un total al año de 364.000 platos. (Véase cuadro 27).

Cuadro 27. Oferta total de almuerzos por tipo de establecimiento

| Nombre Establecimiento | Cantidad almuerzos diarios | Cantidad almuerzos semanal | Cantidad almuerzos Año |
|-------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|
| Restaurante La Calleja | 70 | 350 | 18200 |
| Restaurante mi Almuerzo | 80 | 400 | 20800 |
| Cafetería Romero | 70 | 350 | 18200 |
| Restaurante Rancho Viejo | 80 | 400 | 20800 |
| Restaurante Sabor Árabe | 80 | 400 | 20800 |
| Lonchería Rodríguez | 60 | 300 | 15600 |
| Restaurante la Holandesa | 70 | 350 | 18200 |
| Restaurante Donde Juan | 70 | 350 | 18200 |
| Metrocom | 50 | 250 | 13000 |
| La Sentencia | 50 | 250 | 13000 |
| Cafetería D`andre | 60 | 300 | 15600 |
| Fuente de Soda el Único | 60 | 300 | 15600 |
| La Única | 90 | 450 | 23400 |
| Los Únicos | 100 | 500 | 26000 |
| Restaurante Regio | 60 | 300 | 15600 |
| Restaurante el Sabrosito | 80 | 400 | 20800 |
| Mercadefam | 130 | 650 | 33800 |
| Almacén Éxito | 140 | 700 | 36400 |
| Total | 1400 | 7000 | 364000 |

Fuente. Administradores de los restaurantes, 2.008

Como se observa en el cuadro anterior, la oferta actual es de tipo oligopólica, donde existente relativamente pocos oferentes y muchos los demandantes, y se incluye todo tipo de almuerzos desde el tipo normal o corrientazo hasta comida a

la carta, donde no solo son los trabajadores de las empresas privadas y públicas del sector sino la población flotante, visitante y comercial del sector.

Por lo anterior, las autoras se dieron a la tarea de averiguar, cuáles de estas instituciones y en qué proporción de su venta diaria, hacen platos balanceados o para dietas especiales, dando, como resultado que son una mínima proporción, es decir el 20% en promedio, que lo destinan a preparar platos especiales, o que en su menú diario ofrecen más verduras, frutas y son bajos en grasa y sal, como se presenta en establecimientos como Mercadefam, Almacenes Éxito que su servicio es tipo buffet, y preparan y disponen a su público, excelentes preparaciones para que escojan, pero al momento de sumar se hace, mucho más costoso y en algunos restaurantes, solo por encargo o sugerencia de sus clientes.

Luego, con los parámetros anteriores, se tiene que la oferta actual de almuerzos balanceados y para dietas especiales es de:

$364.000 \times 20\% = 72.800$ Almuerzos balanceados y para dietas especiales

2.5.2 Proyección de la Oferta o Competencia. De acuerdo con el Presidente Nacional de la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica, ACODRÉS, Gustavo Adolfo Toro Velásquez, esta industria registró un crecimiento constante de 6,06 por ciento durante los últimos cinco años, alcanzando en 2006 ventas por 5,23 billones de pesos aproximadamente.

Según lo indicó Toro Velásquez, el sector tendrá un especial crecimiento en el 2007 gracias a los diferentes congresos y actividades internacionales programadas en todo el país. "El 2007 será un año prometedor para la industria gastronómica debido a los importantes compromisos internacionales de Colombia, como la XVII Reunión de la Organización Mundial del Turismo, OMT en

Cartagena, los Congresos de la Lengua Española en Medellín y Cartagena, la Feria Internacional del Libro en Bogotá, entre otras".

El dirigente gremial estimó, así mismo, que la previsión de crecimiento de la industria gastronómica para el presente año será del 9 por ciento, si se tiene en cuenta la tendencia de los años anteriores.¹⁷

Por su parte, las ventas en restaurantes y similares han presentado un crecimiento sostenido de 6,06 por ciento en los últimos cinco años.

Sin embargo, al analizar las actividades económicas que se desarrollan en el interior de Bucaramanga, a lo largo del tiempo se puede observar según datos de la cámara de Comercio de Bucaramanga, que para el año 1998 existían 27.756 establecimientos inscritos, de los cuales 7134 pertenecen a la industria de servicios, representando un 25.7% del total y ya para el 2008 existen 3.067 restaurantes y hoteles inscritos, mostrando una variación del 7.3 % con respecto al año anterior

Mediante estudios realizados por el Departamento de administración nacional de estadística "DANE" se pudo observar que en los establecimientos de la industria hotelera y restaurantera se disolvió en el 2005 solo una empresa, mientras que en el 2006 fueron 5 empresas pertenecientes a esta actividad económica. Sin embargo, hubo una variación en el crecimiento de un 7.3% entre los años 2006 y 2007, es decir de 2,859 establecimientos que habían en el 2006 pasaron a 3,067 en el 2007

¹⁷ http://www.pymesetb.com/detalle_noticia.asp?id_not=3390

De acuerdo con el factor de crecimiento del 7.3% se calcula la oferta proyectada de almuerzos balanceados y para dietas especiales, utilizando la técnica de valor presente. (Véase cuadro 28)

Cuadro 28. Oferta de almuerzos balanceados y para dietas especiales proyectada

| Tipo de almuerzo | Año base | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-------------------------------------|-----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Almuerzos balanceados y para dietas | 72.800 | 78.114 | 83.817 | 89.935 | 96.501 | 103.545 |
| Total | 72.800 | 78.114 | 83.817 | 89.935 | 96.501 | 103.545 |

Fuente: Autoras del proyecto

2.6 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA

Se logro precisar que para el restaurante especializado de comida balanceada y para dietas especiales existe una demanda efectiva insatisfecha de 36.249, almuerzos, potencial claramente definido, al realizar la relación de la demanda actual y futura frente a la competencia existente en el mercado de la comuna XV de Bucaramanga, donde se observa las grandes posibilidades que tiene el proyecto de entrar a cubrir y satisfacer. (Véase cuadro 29)

Cuadro 29. Demanda insatisfecha

| Variable | Año base | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|----------------------|-----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Demanda | 109.049 | 112.321 | 115.690 | 119.161 | 122.736 | 126.418 |
| Oferta | 72.800 | 78.114 | 83.817 | 89.935 | 96.501 | 103.545 |
| Demanda Insatisfecha | 36.249 | 34.206 | 31.874 | 29.226 | 26.235 | 22.873 |

Fuente: Autoras del proyecto

Por otra parte, para darle mayor soporte a la información recopilada, en la encuesta a los potenciales consumidores, en la pregunta 10, sobre cómo califica a los almuerzos que en la actualidad consume, se encontró, que en su gran mayoría, es decir el 71%, los evalúa como regulares y un 5% los da como malos. Tan solo un 24% los presenta como buenos y excelentes, respectivamente.

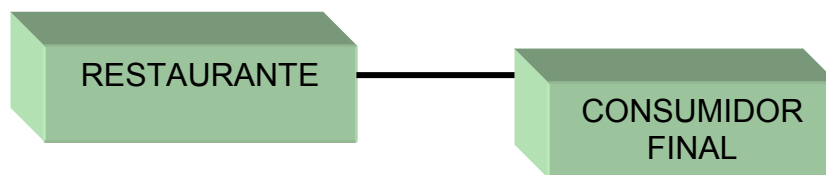
2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

2.7.1 Estructura de los canales actuales. Los canales de comercialización cumplen con la función de facilitar la distribución y prestación del servicio al consumidor final. Los canales de comercialización pueden ser directos o indirectos.

Para determinar la adecuada comercialización y ofrecimiento del servicio a prestar en la nueva empresa, se ha realizado un estudio teniendo en cuenta los tipos de canales de comercialización empleados en el mercado y los factores limitantes en el ofrecimiento de servicios, con base a lo anterior, el canal actual es un canal directo.

Para el servicio de restaurante especializado en comida balanceada y para dietas especializadas dirigido a los trabajadores de las entidades públicas y privadas del sector de la comuna XV de Bucaramanga, dicha actividad se viene dando de manera directa, es decir del restaurante a consumidor final. (Véase figura 20)

Figura 19. Canal de comercialización actual



Fuente: Autoras del proyecto

2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales de comercialización.

2.7.2.1 Ventajas.

- Permite fijar precios económicos para obtener un mayor beneficio por 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.
- Contacto directo con el cliente, lo cual hace oportuno el servicio.
- Detectar nuevas expectativas o necesidades del cliente.
- Estimular la demanda para la adquisición del servicio.
- Implementación de modelos de generación y fidelización de clientes.
- Detectar oportunidades y riesgo de mercado e identificar e interpretar el comportamiento de los mercados objetivos.

2.7.2.2 Desventajas.

- El productor puede manipular los precios a su criterio propio, lo que puede afectar al usuario final.
- Imposibilidad de cubrir gran parte de las expectativas de todos los clientes

2.7.3 Selección de los canales de comercialización. El Canal Directo (EMPRESA – CLIENTE) por no presentar intermediarios minimiza los costos, teniendo en cuenta que la empresa iniciará labores, con respecto a las características del servicio y a las características del mercado como lo son: el perfil del cliente, su ubicación, concentración y dispersión geográfica, frecuencia y conducta para solicitar el servicio.

Por otra parte, a nivel de distribución se considera como exclusiva, es decir, que se especializará en preparar almuerzos y platos balanceados y para el cumplimiento de dietas dispuestas por los clientes, con el ánimo de la satisfacción plena de los mismos. (Véase figura 23)

Figura 20. Canal propuesto



Fuente: Autoras del proyecto

2.8 PRECIOS

2.8.1 Análisis de precios. Mediante la información recopilada en la investigación de mercados, realizada a los trabajadores de las empresas públicas y privadas, del sector de la comuna XV, de Bucaramanga, en la pregunta 8, se cuestionó sobre el promedio de precio que está pagando por el tipo de almuerzo que en la actualidad está consumiendo, donde por un plato normal cancela en promedio \$4.500, balanceada \$5.500, y para dietas especiales, han dispuesto hasta \$6.000.

Sin embargo al cuestionarlos sobre el precio que estarían dispuestos a pagar por un plato balanceado y especializado para dietas, manifestaron que en promedio cancelarían un total de \$5.333

2.8.2 Estrategias de fijación del precio. La estrategia estará dada acorde al cálculo de los costos y gastos del restaurante más un margen de rentabilidad razonable y competitivo, teniendo en cuenta lógicamente los ofrecidos por la competencia que reina en el mercado actualmente.

2.9 PUBLICIDAD

La publicidad busca primordialmente dar un posicionamiento adecuado de un producto o servicio en la mente del consumidor, la publicidad lleva el mensaje del empresario a las masas, es decir, grandes grupos de compradores en potencia; es una herramienta de comunicación adaptable a las instituciones del mercado, las compañías la utilizan para alcanzar objetivos a corto y largo plazo.

En las sociedades modernas constituye uno de los mayores desafíos a enfrentar por las empresas que pretenden posicionar un servicio y/o producto proyectando las bondades de éste, y la imagen del restaurante de almuerzos balanceados y para dietas especiales en el medio.

2.9.1 Objetivos de la Publicidad. En el aspecto publicitario en la futura empresa, restaurante de almuerzos balanceados y para dietas especiales para trabajadores del sector de la comuna XV de Bucaramanga, se fijan los siguientes objetivos:

- Dar a conocer los productos y servicios de la nueva unidad de negocio restaurante de almuerzos balanceados y para dietas especiales para trabajadores del sector de la comuna XV de Bucaramanga,

- Diseñar una estrategia publicitaria que permita proyectar la imagen corporativa dentro de la comunidad para diversificar sus servicios y colmar en forma oportuna y aceptada las necesidades, gustos y preferencias de los clientes.
- Persuadir a los posibles clientes potenciales de restaurante Yolhi, sobre los almuerzos especializados balanceados y para dietas especiales para trabajadores del sector de la comuna XV de Bucaramanga.
- Dar a conocer la existencia de la nueva empresa Restaurante “Yolhi” en cuanto a la venta de almuerzos especializados balanceados y para dietas especiales para trabajadores del sector de la comuna XV de Bucaramanga.
- Crear una actitud favorable de los clientes frente a los almuerzos especializados balanceados y para dietas especiales para trabajadores del sector de la comuna XV de Bucaramanga.
- Crear lealtad hacia la empresa mediante el conocimiento pleno de los atributos diferenciadores de los almuerzos especializados balanceados y para dietas especiales para trabajadores del sector de la comuna XV de Bucaramanga.
- Recordar sobre las bondades de consumir alimentos sanos, nutritivos y balanceados para su alimentación diaria y mejoramiento de su estado y conservación de la salud para su cuerpo.

2.9.2 Logotipo. El diseño del logotipo Restaurante Yolhi, está representado por un fondo degradado entre amarillo y naranja, el dibujo de un Chef con fondo rojo, que implica alta cocina y experto en alimentos, nombre del restaurante con el lema, dando seguridad y energía al verlo y pronunciarlo

El nombre de Restaurante “Yolhi” está representado por las dos primeras palabras de los nombres de las dos futuras socias, creando fácil recordación e impacto en la mente de los futuros consumidores (Véase figura 24).

Figura 21. Logotipo Restaurante Yolhi S.A.S.



Fuente: Autoras del proyecto

2.9.3 Lema. La onda expansiva de la cocina saludable, enemiga de los platos oleaginosos de nata y las frituras ha llegado con mucha fuerza y cristaliza en un restaurante y cafetería novísimo: "100% natural". Por lo que se sustenta con el lema "**Come natural, vive natural, sé natural**".

O sea, un precepto culinario que simplifica la existencia diaria y alerta sobre el preocupante "cambio alimenticio" que se ha producido en los fogones desequilibrados por el uso de conservantes y todo tipo de salsas industriales.

En este renglón de la alimentación "equilibrada y saludable, rica en nutrientes y de gran sabor", 100% natural es la propuesta, ofrecer platos naturales con un alto contenido nutricional, ricos y atractivos al paladar de la población en general.

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 30)

Cuadro 30. 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 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

2.9.5 Selección de Medios. La selección elegida para el restaurante de almuerzos balanceados y para dietas especiales para trabajadores del sector de la comuna XV de Bucaramanga, de acuerdo al análisis realizado anteriormente se elegirá para el proyecto aquellos medios que se ajusten a la forma de vida de sus potenciales clientes y a su disponibilidad económica, entre estos se pueden citar, los plegables, tarjetas de presentación, portafolio de productos y servicios, avisos en prensa y radio, pancartas, pasacalles y un aviso publicitario que se colocara en el directorio telefónico, que tendrá la información necesaria para atraer los consumidores que consulten este medio publicitario.

2.9.6 Estrategias Publicitarias.

- **Para el lanzamiento:** Se tiene presupuestada tres estrategias básicas de publicidad para el lanzamiento del nuevo restaurante de almuerzos balanceados y para dietas especiales para trabajadores del sector de la comuna XV de Bucaramanga y de acuerdo a los medios seleccionados, se describe a continuación las diferentes estrategias:
 - Un cóctel de inauguración, en el mismo local del restaurante donde se invitaran a un selecto grupo de futuros clientes, de las empresas del sector privado y público del sector de la comuna XV de Bucaramanga, donde se incluye degustación de los platos y productos a suministrar en el restaurante.
 - Presentación del nuevo servicio de restaurante (publicidad informativa) por medio de un video institucional, Portafolio de productos y/o servicios, volantes, tarjetas de presentación, con información de localización y teléfono.
 - Posicionamiento del entorno local: (publicidad persuasiva) se instalaran pendones con el logotipo del restaurante e información sobre el menú y el

teléfono. Ubicados en puntos estratégicos de gran movilidad de personas en horas laborales, así como en la entrada el local del restaurante.

➤ De la misma manera se localizaran estratégicamente pasacalles informativos alusivos a los servicios del nuevo restaurante y/o cafetería en colores llamativos resaltando el número telefónico.

- **Estrategias publicitarias de sostenimiento:** Estas estrategias están orientadas a mantener al consumidor pensando en el producto y/o servicio, es por eso que se ha decidido utilizar como medio la radio pasando tres veces al día la propaganda del restaurante con un gingle alusivo al lema del mismo, su dirección, localización, así como el teléfono.

2.9.7 Presupuestos de publicidad y promoción.

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

Cuadro 31. Presupuesto de lanzamiento.

| Concepto | Cantidad | Valor \$/UD | Valor Total \$ |
|--|----------|-------------|------------------|
| Cóctel de inauguración | 1 | 600,000 | 600,000 |
| Cuñas radiales semana antes | 1 | 400,000 | 400,000 |
| Alquiler sonido | 1 | 700,000 | 700,000 |
| Degustaciones | 50 | 6,000 | 300,000 |
| Pendones | 2 | 120,000 | 240,000 |
| Tarjetas de presentación | 10,000 | 5 | 50,000 |
| Portafolio de productos | 100 | 1,500 | 150,000 |
| Video Institucional | 1 | 150,000 | 150,000 |
| Aviso publicitario de Techo 2 X 2 | 1 | 180,000 | 180,000 |
| Pancarta en colores blanco y negro 4 X 4 | 1 | 250,000 | 250,000 |
| Volantes | 10,000 | 4 | 40,000 |
| Total | | | 3,060,000 |

Fuente: Cotizaciones varias: Littorina, Jordán publicidad, Sonotec, Puntual eventos.

- **Presupuesto de sostenimiento.** Corresponde en este numerar precisar el valor correspondiente a publicidad para el primer año de operación y sostenimiento, de acuerdo a las estrategias establecidas.

Cuadro 32. Presupuesto de publicidad de sostenimiento

| Concepto | Cantidad | Costo Unitario | Costo \$/mes | Costo \$/año |
|--------------------------|-----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|
| Tarjetas de presentación | 10,000 | 5 | 50,000 | 50,000 |
| Anuncios en el periódico | 1 | 150,000 | 150,000 | 1,800,000 |
| Cuñas radiales | 2 | 400,000 | 800,000 | 9,600,000 |
| Páginas amarillas | 1 | 60,000 | 60,000 | 720,000 |
| Total costos | | | 1,060,000 | 12,170,000 |

Fuente: Cotizaciones varias.

2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

- Para el presente proyecto el servicio se define como la venta de almuerzos especializados en alimentación balanceada, en diferentes menús o platos. El servicio se prestará de 11 a 3 p.m. y se manejará la modalidad por encargo y a la carta, además se contará con una persona nutricionista que asesore al personal de cocina en la preparación de alimentos balanceados de acuerdo a las necesidades del cliente que se identifiquen con anticipación.
- Se tomó como mercado objetivo o segmento a investigar los 2.235 trabajadores de las empresas que se encuentra en la comuna XV de Bucaramanga.

- La demanda total es de 2437 almuerzos, semanales, equivalente 126.724 platos para el primer año, donde se logro precisar que las personas que desean y están interesados en cambiar sus habituales platos en alimentos más balanceados. Son en total 1430 personas que almuerzan por fuera, de los cuales el 86%, está dispuesto a ir a dicho establecimiento, es decir 1.230.

- Existe en la actualidad un total de 18 restaurantes, de los cuales estas instituciones de su venta diaria, hacen platos corrientes, ejecutivos balanceados o para dietas especiales, dando, como resultado que el 20% de ellos preparan platos especiales, o que en su menú diario ofrecen más verduras, frutas y son bajos en grasa y sal, como se presenta en establecimientos como Mercadefam, Almacenes éxito que su servicio es tipo bufé, y preparan y disponen a su público, excelentes preparaciones para que escojan, pero al momento de sumar se hace, mucho más costoso y en algunos restaurantes, solo por encargo o sugerencia de sus clientes, equivalente a 72.800 Almuerzos balanceados y para dietas especiales

- Se logro precisar que para el restaurante especializado de comida balanceada y para dietas especiales existe una demanda efectiva insatisfecha de 36.249, almuerzos, potencial claramente definido, al realizar la relación de la demanda actual y futura frente a la competencia existente en el mercado de la comuna XV de Bucaramanga, donde se observa las grandes posibilidades que tiene el proyecto de entrar a cubrir y satisfacer.

- El precio que estaría dispuestos a pagar por un plato balanceado y especializado para dietas, manifestaron que en promedio cancelarían un total de \$5.333, sin embargo en la actualidad los que están consumiendo este tipo de almuerzos han cancelado hasta \$6.000, para platos para dietas especiales

- La selección de medios elegida para el restaurante de almuerzos balanceados y para dietas especiales para trabajadores del sector de la comuna XV de Bucaramanga, de acuerdo al análisis realizado serán, los plegables, tarjetas de presentación, portafolio de productos y servicios, avisos en prensa y radio, pancartas, pasacalles y un aviso publicitario que se colocara en el directorio telefónico, que tendrá la información necesaria para atraer los consumidores que consulten este medio publicitario.

- Por lo anterior, se logro precisar que existe un mercado potencial insatisfecho frente a la creación y futuro montaje de un restaurante especializado en alimentación balanceada en la comuna XV de Bucaramanga, demostrando su viabilidad comercial.

3. ESTUDIO TÉCNICO

El objetivo del presente estudio es precisar la capacidad óptima del restaurante, su localización, descripción del servicio, distribución locativa del establecimiento de comidas especializadas en alimentación balanceada en el sector de la comuna XV de Bucaramanga

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

3.1.1 Descripción del tamaño. El tamaño del presente proyecto estará dado por la cantidad de almuerzos balanceados, que estaría en capacidad de atender el restaurante especializado, a la demanda insatisfecha de los trabajadores de la comuna XV de Bucaramanga.

3.1.2 Factores que condicionan el tamaño del proyecto. Dentro de los factores que condicionan o no el tamaño de un restaurante especializado en comida balanceada, se encuentran:

➤ **El tamaño del proyecto y la demanda.** La demanda es uno de los factores que es preciso considerar para estudiar el tamaño del proyecto, para el mercado objetivo o segmento investigado, es decir los 2.235 trabajadores de las empresas que se encuentra en la comuna XV de Bucaramanga, se logro precisar que para el restaurante especializado de comida balanceada y para dietas especiales existe una demanda efectiva insatisfecha de 36.249, almuerzos, potencial claramente definido, al realizar la relación de la demanda actual y futura frente a la competencia existente en el mercado, donde se observa las grandes posibilidades que tiene el restaurante especializado para entrar a cubrir y satisfacer.

- **El tamaño del proyecto y los suministros e insumos.** Bucaramanga y principalmente la zona del centro perteneciente a la comuna XV, es privilegiada por encontrar allí gran cantidad, calidad y variedad de proveedores de materias primas e insumos a precios asequibles, para ofrecer en condiciones optimas el servicio de restaurante especializado, luego no se considera un factor relevante a la hora de determinar o dimensionar el restaurante

- **El tamaño del proyecto y la tecnología y equipos.** El equipo y maquinaria que se requiere para el montaje y puesta en marcha del proyecto se cuenta disponible en la región, con variedad de marcas, calidad y precios.

- **El tamaño del proyecto y su localización.** La distribución espacial del mercado, además de la cercanía a los centros de aprovisionamiento de materias primas hacen que la determinación del tamaño esté relacionada en forma significativa a la ubicación final del restaurante de comida especializada y balanceada, en la comuna XV de Bucaramanga, lo anterior, hace que se estudien varios sitios alternativos para su optima localización.

- **Tamaño del proyecto y mano de obra calificada.** De acuerdo a la actividad a realizar, se requiere de personal calificado con experiencia y se encuentra en la región, recurso humano competente para las exigencias de prestación del servicio de restaurante.

- **El tamaño del proyecto y su financiamiento.** Se considera como el principal condicionante del proyecto, debido a que atender un restaurante de almuerzos balanceados y especiales para dietas, requiere de un monto inicial de inversión relativamente alto, donde tan solo se cuenta con aportes de las dos socias gestoras, para lo cual se deberá recurrir a fuentes de financiamiento como

créditos con entidades financieras, los mismos proveedores, y otras fuentes externas que permitirán iniciar las actividades propuestas en el presente proyecto.

3.1.3 Capacidad del proyecto.

➤ **Capacidad total diseñada.** Es el máximo nivel de atención y ocupación que el restaurante especializado atendería en una jornada normal de trabajo, éste se clasifica en dos puntos clave como son el proceso de elaboración de los alimentos y de atención y ocupación máxima del local.

Para lo anterior se parte de los siguientes supuestos:

Jornada laboral del jefe de cocina y auxiliares de 7 a.m a 4 p.m

Personal un jefe de cocina y dos auxiliares

Capacidad máxima de preparación 300 almuerzos diarios

Atención a cliente en el servicio de restaurante va de 11:30 a.m a 2: 30 p.m

Personal de meseros: tres meseros

Tiempo promedio de estadía del cliente 38 minutos

Número de mesas se requeridas 16

Número de personas por mesa 4

Total de clientes 300 personas

Días laborables de lunes a sábado. 6 días

Plena capacidad 100%.

Por lo anterior se tiene:

300 almuerzos diarios x 6 días 7 semana * 52 semanas/año = 93600 almuerzos al año

➤ **Capacidad instalada.** de acuerdo con los parámetros anteriores, se calcula la capacidad instalada del restaurante tomando como base el mismo horario de atención y la cantidad de mesas, que son 16, y partiendo del 75% de ocupación promedio, para lo cual se tiene:

Jornada laboral del jefe de cocina y auxiliar de cocina de 7 a.m a 4 p.m

Personal un jefe de cocina y dos auxiliares

Capacidad instalada de preparación 225 almuerzos diarios

Atención a cliente en el servicio de restaurante va de 11:30 a.m a 2: 30 p.m

Personal de meseros un mesero

Tiempo promedio de estadía del cliente 38 minutos

Número de mesas se requiere 16 mesas

Número de personas por mesa 4 personas

Total de clientes 225 personas

Días laborables de lunes a sábado. 6 días

Capacidad 75%

Por lo anterior se tiene

$300 \text{ almuerzos diarios} \times 75\% \times 6 \text{ días/semana} * 52 \text{ semanas/año} = 70.200$
almuerzos al año

➤ **Capacidad utilizada y proyectada.** Se iniciará actividad con la logística y capacidad de elaborar y vender un total de 46.800 almuerzos al año, equivalente al 66% de capacidad instalada, con el 50% de ocupación promedio, el cual atenderá el 36% de demanda total del sector de la comuna XV de Bucaramanga.

Jornada laboral del jefe de cocina y auxiliares de 7 a.m a 4 p.m

Personal un jefe de cocina y un auxiliar

Capacidad utilizada la preparación de 150 almuerzos diarios

Atención a cliente en el servicio de restaurante va de 11:30 a.m a 2: 30 p.m

Personal de atención al servicio un mesero

Tiempo promedio de estadía del cliente 38 minutos

Número de mesas se requiere 16 mesas

Número de personas por mesa 4 personas

Total de clientes 150 personas

Días laborables de lunes a sábado. 6 días

Capacidad 50%

Por lo anterior se tiene

$300 \text{ almuerzos diarios} \times 50\% \times 6 \text{ días/semana} * 52 \text{ semanas/año} = 46.800$
almuerzos al año.

Partiendo del análisis del mercado actual, el restaurante “Yolhi”, iniciará actividades con el 66% de ocupación promedio, en el primer año, donde dadas las expectativas, calidad en el servicio, valor agregado, grado de conocimiento, y la publicidad, espera crecer al 75%, en el año 3 al 80%, en el año 4 al 85%, hasta llegar al 5 año al 90% de capacidad instalada. (Véase cuadro 33).

Cuadro 33. Capacidad utilizada y proyectada

| Año | Almuerzos año | % de capacidad instalada | % Participación de demanda efectiva insatisfecha | %participación de la demanda total |
|------------|----------------------|---------------------------------|---|---|
| 2.010 | 46.800 | 66,66 | 42 | 36 |
| 2.011 | 52.650 | 75 | 46 | 39 |
| 2.012 | 56.160 | 80 | 47 | 41 |
| 2.013 | 59.670 | 85 | 49 | 42 |
| 2.014 | 63.180 | 90 | 50 | 43 |

Fuente: Autoras del proyecto

3.2 LOCALIZACIÓN

3.2.1 Macro localización. La macro zona comprende el sector del Centro de la Comuna XV de Bucaramanga, comprendido entre las calles 34 a 36 y carreras 9 a 17.

3.2.2 Micro localización. Para determinar la ubicación óptima de “Restaurante Yolhi”, se utiliza como técnica de decisión el método cualitativo por puntos, partiendo de tres zonas estratégicas de la zona centro del municipio de Bucaramanga:

- **Zonas:**

Zona A: Calle 36 No. 12-09 Esquina

Área: 6 metros de frente por 10 metros de fondo

Valor del arriendo: \$1.000.000

Zona B: Calle 35 No. 12-09 Esquina

Área: 8 metros de frente por 13.25 metros de fondo

Valor del arriendo: \$1.200.000

Zona C: Calle 34 No.12-08 Esquina

Área: 5 metros de frente por 8 metros de fondo

Valor del arriendo: \$900.000

- **Selección de factores.** Para determinar la localización del proyecto se analizarán factores estratégicos como: Canon de arredramiento, ubicación céntrica a los clientes, área disponible para el punto de servicio, servicios públicos, proximidad a los centros de insumos.

Arrendamiento: Factor considerado de vital importancia en cualquier empresa, que incide directamente en los gastos operacionales en la prestación del servicio de restaurante.

Ubicación céntrica a los clientes: Se analiza la ubicación estratégica para los futuros clientes del restaurante, por su proximidad a su oficina, y no tenga que hacer largos recorridos por estar lejos.

Área disponible para el punto de servicio: Se requiere que el área del servicio del restaurante, acoja a una cantidad considerable de clientes, guardando espacios de tránsito y comodidad.

Servicios públicos: Se requiere que el restaurante cuente con los principales servicios públicos requeridos como energía, agua, gas natural, teléfono, y televisión por cable

Proximidad a los centros de insumos. Para acceder a la compra de insumos y productos en el menor tiempo posible a precios razonables, frescura, calidad y gran variedad de los mismos, se tendrá en cuenta la ubicación de los diferentes centros de acopio y distribución al restaurante.

- **Selección por método de puntos.** De acuerdo a las tres zonas establecidas para la selección óptima del restaurante, la de mayor calificación ponderada es la zona B, de la calle 35 No. 12-09 Esquina con un valor total de 8.35, por presentar la mejor ubicación céntrica con respecto a los potenciales consumidores, área disponible para el punto de servicio y proximidad a los proveedores de insumos. Es necesario aclarar que el sector en mención es exclusivamente comercial y cumple con todos los factores analizados para la determinación del lugar de operación del proyecto. (Véase cuadro 34)

Cuadro 34. Método cualitativo por puntos.

| Factor | Ponderación | Zona A | | Zona B | | Zona C | |
|---------------------------------------|-------------|--------------|------------------------|--------------|------------------------|--------------|------------------------|
| | | Calificación | Calificación Ponderada | Calificación | Calificación Ponderada | Calificación | Calificación Ponderada |
| Arrendamiento | 0,20 | 8 | 1,60 | 7 | 1,40 | 10 | 2,00 |
| Ubicación céntrica a clientes | 0,30 | 8 | 2,40 | 9 | 2,70 | 6 | 1,80 |
| Área disponible del punto de servicio | 0,25 | 7 | 1,75 | 8 | 2,00 | 7 | 1,75 |
| Servicios públicos | 0,10 | 9 | 0,90 | 9 | 0,90 | 9 | 0,90 |
| Proximidad a los centros de insumos | 0,15 | 8 | 1,20 | 9 | 1,35 | 10 | 1,50 |
| Totales | 1,00 | | 7,85 | | 8,35 | | 7,95 |

Fuente: Autoras del proyecto

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Con la ingeniería del proyecto se busca identificar mediante la función de producción y comercialización optimizar la utilización de recursos de toda orden puestos a disposición de la empresa; utilizando métodos y procedimientos para optimizar la utilización de recurso humano, financieros, materiales e insumos y/o servicios específicos que suplan las necesidades de los clientes potenciales y/o reales del negocio.

El estudio de Ingeniería del proyecto, es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la empresa, desde la ficha técnica de los

productos y servicios, la descripción del proceso técnico del servicio, el diagrama de proceso, los controles de calidad, los requerimientos de los recursos, maquinaria y equipos, materias primas e insumos, mano de obra, estudio de proveedores, y distribución óptima de instalaciones.

3.3.1 Ficha técnica.

Cuadro 35. Ficha técnica del servicio de restaurante

| Ítem | Concepto | |
|--------------------|--|-----------|
| Servicio principal | Almuerzos balanceados | |
| Diseño | Restaurante especializado en almuerzos balanceados | |
| Especificaciones | Menú Diario | Cantidad |
| | Fruta | 120 gms |
| | Sopa | 270 gms |
| | Arroz | 80 gms |
| | Papa | 100 gms |
| | Principio (verduras o leguminosas) | 125 gms |
| | Carnes : Res, Pollo, Pescado y Cerdo | 218 gms |
| | Ensalada | 100 gms |
| | jugo de fruta o leche | 150 cm3 |
| | Postre | 1 porción |
| Vida útil | 4 horas | |

Fuente: Autoras del proyecto

3.3.2 Descripción técnica del proceso. Se describe a continuación el proceso de preparación de alimentos y de prestación del servicio

➤ **Descripción del proceso de preparación de alimentos**

- **Preparación de las materias primas e insumos:** De acuerdo a la cantidad de almuerzos a preparar, tanto el jefe de cocina como los auxiliares, proceden a lavar, limpiar y pelar los vegetales, tubérculos, abarrotos entre otros.
- **Organizan los utensilios:** Igualmente de acuerdo al menú diario, se preparan y programan los utensilios, como ollas, freidores y otros, a necesitar para la cocción de los alimentos
- **Revisión:** El jefe de cocina, con gran frecuencia observa y vigila que los alimentos preparados estén de acuerdo al menú, bien de sal, agua, condimentos y fundamentalmente que no se quemen o se ahúmen.
- **Preparar las mesas.** Se procede a limpiar y poner manteles en las mesas antes de servir los almuerzos.
- **Servir:** De acuerdo al orden de llegada se va sirviendo inicialmente la fruta, posteriormente la sopa y el jugo, luego el seco y finalmente el postre de acuerdo a la minuta de ese día.
- **Recoger y limpiar mesas:** terminado el almuerzo de cada persona se procede a recoger la loza, limpiar y reciclar los sobrantes.

➤ **Descripción del ciclo del servicio de restaurante.** Se presenta igualmente la descripción del ciclo del servicio de restaurante con su respectivo tiempo responsable y actividad y contacto que tiene el cliente con el personal del restaurante, dando como resultado que en promedio un cliente es atendido en 38 minutos aproximadamente. (Véase cuadro 36)

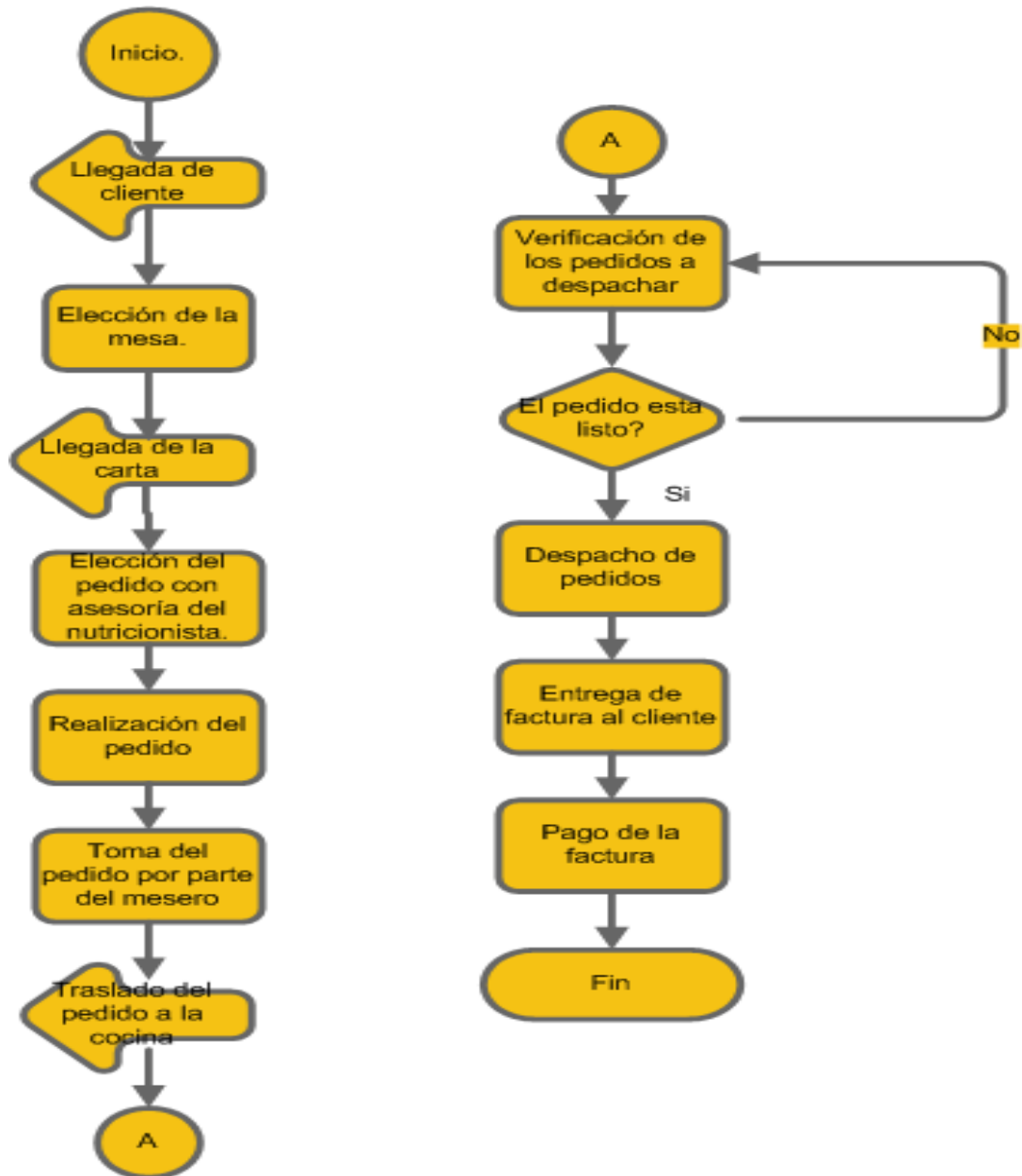
Cuadro 36. Descripción del servicio de restaurante

| Paso | Actividad | Responsable | Tiempo |
|-------------|--|---------------------------------------|---------------|
| 1 | El cliente llega al restaurante y elige la mesa | Cliente | 1 minuto |
| 2 | El cliente recibe el menú del día | Mesero | 30 segundos |
| 3 | El cliente es asesorada por la nutricionista | Nutricionista | 2 minutos |
| 4 | Se le toma el pedido seleccionado | Mesero | 2 minutos |
| 5 | La orden del pedido es llevada a la cocina para su respectiva elaboración | Mesero | 1 minuto |
| 6 | Se prepara y elabora el plato solicitado | Jefe de cocina y auxiliares de cocina | 5 minutos |
| 7 | El pedido es llevado al cliente | Mesero | 2 minutos |
| 8 | El cliente consume los alimentos | Cliente | 20 minutos |
| 9 | Se le entrega la factura al cliente | Mesero | 2 minutos |
| 10 | La cuenta es aceptada por el cliente, se recibe el pago y se entrega a la caja, luego se lleva los vultos y la factura | Mesero, cajera, cliente | 2 minutos |
| 11 | El cliente se retira del restaurante | Cliente | 30 segundos |

Fuente: Autoras del proyecto

Diagramas de proceso y ciclo del servicio.

Figura 22. Diagrama del servicio de restaurante



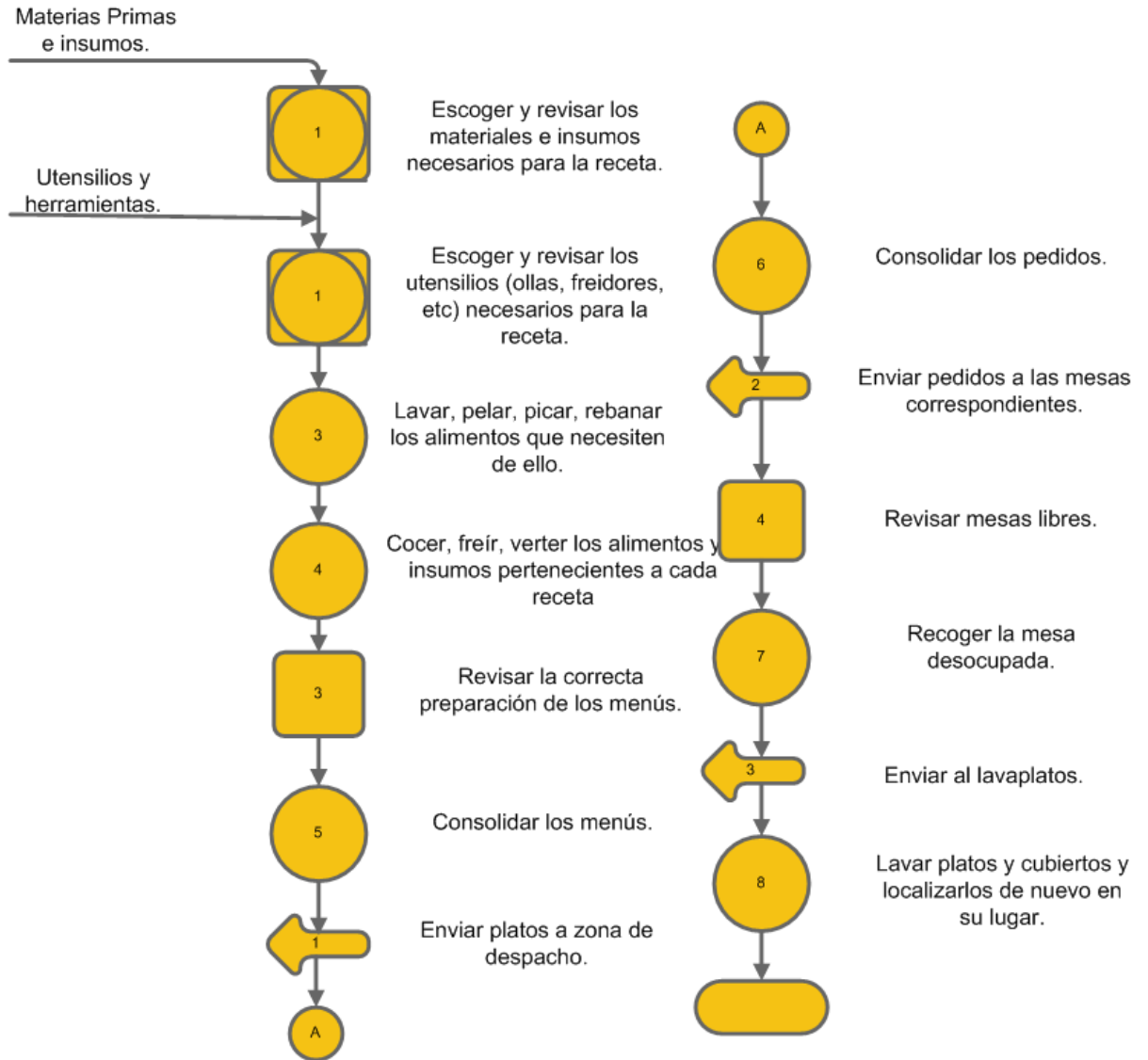
Fuente: Autoras del proyecto

Ciclo del Servicio



Fuente: Autoras del proyecto

Figura 23. Diagrama de proceso de preparación de alimentos



Fuente: Autoras del proyecto

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

➤ **Control Sanitario:** Aquí se describe el control que se va a llevar a cabo en: **Aguas** el líquido debe estar libre de gérmenes e impurezas en su defecto se debe incluir en el plan de control de calidad el programa de tratamiento de aguas.

Desechos. Constantemente el jefe de cocina revisará los productos más perecederos como las verduras, frutas, legumbres y tubérculos, si aparecen alimentos en mal estado de difícil consumo estos alimentos se les hará salida de almacén para descargar inventarios. Estos alimentos y los demás desechos se deben mantener en bolsas de polietileno separados por categoría biodegradable. De disolución lenta y los retornables dentro de canecas cerradas y tapadas elaborados en lata o aluminio que eternamente contengan varias capas de acrílico para evitar el pegante, mal olor, contaminaciones y infecciones de insectos y animales rastreros. Los desechos alimenticios se venden a las compañías criadoras de cerdos como ingrediente de lavamasa.

Los demás desechos son recogidos por el carro del aseo todos los martes, jueves y sábados a las 3:30 p.m. Las canecas están ubicadas en la parte de atrás del establecimiento. El horario de entrega de desechos alimenticios será los días martes miércoles y viernes a las 3:00 p.m. Cuando se haya cerrado el servicio. En estos mismos días la auxiliar de cocina y la señora de servicios realizan esta labor.

➤ **Control en productos**

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

- Los productos vegetales se clasificarán por especie y se lavarán inicialmente, se cortarán de tal manera que se agrupen en cantidades para ser introducidas en bolsas de polietileno para su conservación, se etiquetan resaltando la fecha para incluirlas en el congelador y así conservarlas.

- Ningún producto podrá permanecer más de 2 días.

- Los granos se almacenan en recipientes cerrados, esto con el fin de evitar que los roedores dañen el empaque y deterioren el contenido. Se clasifican por especie y se colocan en los anaqueles respectivos. Estos productos son muy estables en estado seco por lo tanto deben estar los lugares exentos de humedad.

- Las carnes se cortaran en porciones preestablecidas según el gramaje del plato ofrecido, se salaran e introducirán en bolsas de polietileno para ser congeladas posteriormente. Las propiedades físicas de las carnes dependen de la retención de agua que contenga.

- Los productos de rancho se colocarán en anaqueles adecuados y se marcaran los envases con pintura vegetal de acuerdo a la fecha de vencimiento.

- Los productos de congelados como bebidas, jugos en caja, yogures y demás se mantendrían en este estado hasta un nuevo requerimiento, se debe estar vigilando las fechas de vencimiento.

- Todos los alimentos deben conservarse en sitios ventilados, aseados y bien tapados.

- Se deben tener utensilios específicos para manipular cada producto, esto permitirá la desinfección y limpieza adecuada de cada utensilio.

- Se eliminará los restos de tierra, parásitos y otras impurezas con un buen chorro de agua.

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

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

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

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

- Las manos son el principal instrumentado de trabajo de un manipulador pero también de transmitir los gérmenes en los alimentos. Un manipulador de alimentos debe lavarse las manos al iniciar la jornada, después de ir al baño, después de tocar utensilios de acero y objetos poco limpios, después de tocar el cabello, nariz o boca; por las manipulaciones de materias diferentes, después de una ausencia. Es importante también cortarse las uñas, quitarse las joyas y relojes.

- Evitar fumar, mascar chicle, toser sobre los alimentos.

- La dotación de los manipuladores de alimentos está compuesta por bata, gorro para el cabello, guantes y calzado.

- Cuando algún miembro del personal de cocina está enfermo es mejor alejarlo temporalmente hasta su alivio.

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

La cultura corporativa de la empresa tiene una sola filosofía

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

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

➤ **Sistemas de control, higiene y manipuleo de alimentos SISTEMA ARYCPC (Análisis de riesgo y control de puntos críticos).** Es un método de trabajo preventivo basado en la lógica. Para implantarlos en un establecimiento se deben seguir las siguientes etapas:

Eta **pa** **U** **no**: **A** **n** **a** **l** **i** **z** **a** **r**. Cada uno de los pasos y situaciones desde la llegada de las materias primas o alimentos al establecimiento hasta que las comidas preparadas son servidas; buscando la posibilidad de contaminación por microorganismos, de multiplicación, de supervivencia a los tratamientos térmicos y de nueva multiplicación en la conservación, recalentamiento y mantenimiento de

las comidas ya preparadas; para establecer las etapas por las que pasa el alimento y determinar en cuales de ellas hay alto riesgo de Contaminación.

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

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

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

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

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

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

Este sistema será aplicado en el restaurante y estará bajo la dirección y supervisión o jefe de cocina. De él depende el éxito en todas las actividades,

tendrá monitoreo y vigilancia de ejecución permanente mediante un cronograma de cumplimiento para facilitar su seguimiento.

➤ **Programa de limpieza y desinfección.** En todo establecimiento se establecerá dos días al mes el plan de limpieza y desinfección con el fin de asegurar que los locales, equipos y utensilios, permanezcan limpios.

Esta ejecución está a cargo del jefe de cocina, mediante un cronograma de seguimiento y cumplimiento.

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

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

- Lodoforos (utilizados para destapar caños de las calles)
- Amonios cuaternarios (utilizados para destapar caños)
- Compuestos colorantes (No deben quedar rastros de estos productos)

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

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

3.3.5 Recursos. De acuerdo a la capacidad inicial a continuación se presentan los requerimientos de recursos tanto físicos, de mano de obra como de insumos para su montaje y futura puesta en marcha del restaurante.

➤ **Recursos Físicos:** Se relaciona en este numeral los requerimientos de

recursos físicos tales como maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipo de oficina y demás utensilios para la prestación de los servicios de restaurante (Véase cuadros 37 a 40).

Cuadro 37. Requerimiento de maquinaria y equipo

| Cantidad | Descripción |
|-----------------|---|
| 1 | Estufa Industrial de 8 quemadores |
| 1 | Calentador 2170 6 divisiones Industrial |
| 1 | Colador metálico |
| 2 | Batidoras Oster |
| 2 | Licadoras Oster |
| 2 | Picadoras Oster |
| 10 | Platilleros |
| 1 | Nevera 20 pies Industrial Mabe |
| 1 | Refrigerador 20 pies Mabe |
| 2 | Extractores de olores 250,000 500,000 |
| 1 | Horno Eléctrico |
| 3 | Greca 3 litros |

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 38. Requerimientos de muebles y enseres

| Cantidad | Descripción |
|-----------------|--|
| 16 | Mesas Rimax |
| 64 | Sillas Rimax |
| 10 | Canastillas grandes legumbres Vaniplas |
| 5 | Estantes metálicos 2x1 foruz |
| 2 | Mostrador o barra en madera |
| 6 | Extintores bomberos |
| 3 | Escritorio modular de 1.5 m x 1.50 m |
| 3 | Sillas ergonómicas con rodachines |
| 1 | Archivadores de 4 gavetas |
| 3 | Papeleras |
| 1 | Mesa computador |
| 3 | Cosedora Rank |
| 3 | Perforadora Rank |
| 3 | Saca ganchos |
| 6 | Sillas auxiliares de recepción |
| | Total |

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 39. Requerimiento de equipos de oficina

| Cantidad | Descripción |
|-----------------|---|
| 2 | Computadores Pentium DTK con impresora estabilizador y accesorios |
| 1 | Equipo de sonido Philips |
| 2 | Televisores de 29 pds Panasonic |
| 3 | Ventiladores de techo Imusa |
| 2 | Teléfonos de teclado Intelsa |
| 2 | Sumadoras |
| 1 | Fax Panasonic |
| 1 | Caja registradora Re.2170 |

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 40. Requerimiento de utensilios y menaje en general

| Cantidad | Descripción |
|-----------------|-------------------------------|
| 80 | 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 | Trío de cubiertos 1958 |
| 80 | Trío de cubiertos 300 |
| 80 | Vasos pl.24 caja por 48 uds. |
| 40 | Manteles |
| 3 | Juego calderos 34-36-38-40x40 |
| 16 | Jarra plástica 4 litros PH |
| 10 | Refractarias 4 lts |
| 3 | Molde reet 50 |
| 3 | Rallador acero inoxidable |

| Cantidad | Descripción |
|-----------------|--------------------------------|
| 6 | Cuchillos Tram 6" ct/plástico |
| 6 | Cuchillos Tram 8" ct/plástico |
| 6 | Cuchillos Tram 10" ct/plástico |
| 3 | Tabla picar grande |
| 3 | Escurreidor fritos |
| 6 | Tanque basura 100 lts. |
| 3 | Caldero arroz 50 cms |
| 3 | Sartén 30 cms- Imusa |
| 3 | Juego de ollas medianas |
| 3 | Olla presión 6 lts |
| 3 | Juego de ollas grandes |
| 3 | Plancha asadora doble |

Fuente: Autoras del proyecto

➤ **Recursos de mano de obra.** Para el futuro montaje de la empresa, se requiere de personal para las áreas administrativas y operativas, fundamentales para prestar el servicio de preparación y suministro de almuerzos balanceados. (Véase cuadro 41)

Cuadro 41. Requerimiento de mano de obra

| Cargo |
|----------------------|
| 1 Administrador |
| 1 Jefe De Cocina |
| 1 Auxiliar De Cocina |
| 1 Mesero |
| 1 Nutricionista |
| 1 Asesor Contable |

Fuente: Autoras del proyecto

➤ **Recursos de materias primas e insumos.** Para la preparación de los almuerzos balanceados se tiene en cuenta los siguientes insumos y materias primas, tomando como base los requerimientos para un menú diario. (Véase cuadro 42 y 43).

Cuadro 42. Requerimientos de materias primas

| Menú Diario | Cantidad grs / Almuerzo |
|------------------------------------|--------------------------------|
| Fruta | 120 |
| Sopa | 270 |
| Arroz | 80 |
| Papa | 100 |
| Principio (verduras o leguminosas) | 125 |
| Carnes: Res, Pollo. Pescado, Cerdo | 218 |
| Ensalada | 100 |
| jugo de fruta o leche | 150 |
| Postre | 1 porción |

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 43. Requerimiento de insumos.

| Concepto | Unidad |
|----------------------|----------------|
| Agua cm ³ | Cc |
| Energía | Kv |
| Gas | m ³ |
| Televisión por cable | Mes |

Fuente: Autoras del proyecto

3.3.6 Estudio de proveedores. De acuerdo a los requerimientos de maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipo de oficina, utensilios y materias primas e insumos se relaciona el listado de proveedores posibles que en su momento

acudirá el restaurante “Yolhi”.

Cuadro 44. Estudio de proveedores

| Activo | Proveedor |
|---------------------|--|
| Maquinaria y equipo | Aceros Clase A, Servigas, Indumesas |
| Muebles y enseres | Rimax, Acemuebles, Almacen Divi |
| Equipo de oficina | Rayco, |
| Utensilios | Decoriente, El Viboral, Cristalería el Salvador |
| Materias primas | Postobón, Coca cola, Bodega La Papita (tubérculos), Saceites S.A., Comerc. Districomer, Plaza central, Centroabastos |

Fuente: Autoras del proyecto

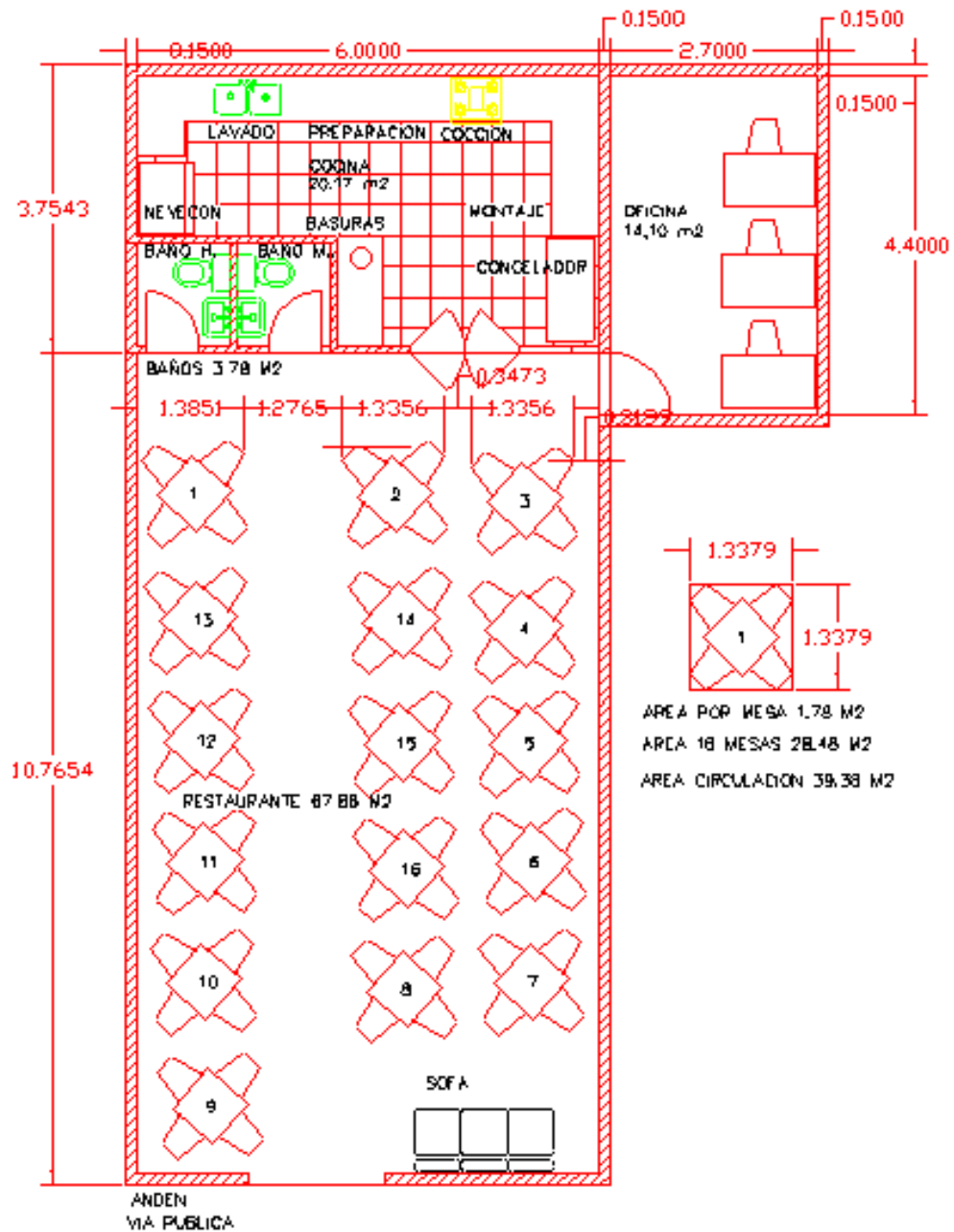
3.3.7 Distribución de planta. El restaurante “Yolhi”, tendrá un área total de 105.91 metros cuadrados, distribuidos de la siguiente manera:

Cuadro 45. Distribución de áreas

| Áreas | Sector |
|--------------|------------------------------|
| 105.91 m2 | Área total restaurante |
| 67.86 m2 | Área restaurante |
| 20.17 m2 | Área cocina |
| 14.10 m2 | Área oficina |
| 3.78 m2 | Área baños |
| 1.78 m2 | Área por mesa |
| 28.48 m2 | Área 16 mesas |
| 39.38 m2 | Área circulación restaurante |

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 24. Plano de restaurante “Yolhi”



RESTAURANTE YOLHI fig. 1
AREA 105.91 M²

Fuente: Autoras del proyecto

3.3.8 Logística de distribución. Para el restaurante Yolhi, la logística de distribución, empieza a ser planeada desde la compra de las materias primas e insumos de los productos como frutas, verduras, tubérculos, abarrotos, donde se hará un directorio y ubicación de la cantidad y calidad de los proveedores, para tener un control de suministros.

Posteriormente, se debe contar con un excelente proceso de reclutamiento y selección de personal, archivando y teniendo en cuenta las hojas de vida, fundamentalmente del jefe de cocina y los auxiliares.

En el momento de atención al público la nutricionista, los meseros y administrador, debe hacer práctica la filosofía de servicio al cliente, siempre sonriente. Los meseros deben mantener limpias y cambiar manteles en las mesas, colaborar y asesorar a los clientes.

Inmediatamente después de preparados y servidos los platos, los meseros oportunamente llevan estos a cada mesa, con gran seguridad y recordación para evitar mal entendidos.

Los meseros irán recogiendo los platos desocupados previa autorización de los clientes, y se les trae la cuenta solicitada, posteriormente es llevada a las cajas sin dejar que el cliente se levante y se les trae la factura y la cuenta.

3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

➤ La demanda es uno de los factores que es preciso considerar para estudiar el tamaño del proyecto, para el mercado objetivo o segmento investigado, es decir los 2.235 trabajadores de las empresas que se encuentra en la comuna XV de Bucaramanga, se logró precisar que para el restaurante especializado de comida

balanceada existe una demanda efectiva insatisfecha de 36.249, almuerzos, potencial claramente definido, al realizar la relación de la demanda actual y futura frente a la competencia existente en el mercado, donde se observa las grandes posibilidades que tiene el restaurante especializado para entrar a cubrir y satisfacer.

➤ Se iniciará actividad con la logística y capacidad de elaborar y vender un total de 46.800 almuerzos al año, equivalente al 66% de capacidad instalada, con el 50% de ocupación promedio, el cual atenderá el 36% de demanda total del sector de la comuna XV de Bucaramanga.

➤ De acuerdo a las tres zonas establecidas para la selección óptima del restaurante, la de mayor calificación ponderada es la zona B, de la calle 35 No. 12-09 Esquina con un valor total de 8.35, por presentar la mejor ubicación céntrica con respecto a los potenciales consumidores, área disponible para el punto de servicio y proximidad a los proveedores de insumos.

➤ Por lo anterior se concluye que el proyecto de un restaurante especializado en el servicio de restaurante de almuerzos balanceados, en la zona centro, comuna, XV de Bucaramanga es factible, por contar con todos los recursos humanos, técnicos, físicos y materias primas para ofrecer una atención acorde con las expectativas del cliente, demostrando gran posibilidad de incursionar al mercado con innovación, calidad y excelentes prácticas de manipulación de alimentos.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Una de las necesidades primordiales de las empresas, es organizar el recurso humano y buscar la forma de administrar la empresa mediante un orden jerárquico, en donde se note una organización y coparticipación a nivel de toda la empresa.

Dentro de este capítulo se maneja la parte de la constitución legal de la empresa, el recurso humano con sus funciones y los diferentes niveles jerárquicos, así como la asignación salarial de acuerdo al método de jerarquización.

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.

4.1.1 Tipo de sociedad. Combinar en forma óptima una gama de actividades (estrategias administrativas y operativas), con un conjunto de personas, recursos técnicos y materiales, y establecer las relaciones que deben mantener los empleados en la realización de las labores no es una tarea fácil, pues implica diseñar una estructura organizativa que contribuya verdaderamente al desarrollo de la empresa y provee verdaderas soluciones a las debilidades administrativas que se vayan presentando.

Teniendo en cuenta lo anteriormente planteado, en la determinación de la estructura interna propuesta para la organización se ha establecido factores primordiales tales como: El tamaño, la complejidad de las relaciones y la filosofía de la administración.

La empresa Restaurante “Yolhi”, para alcanzar las metas propuestas, llevar a cabo los planes y hacer posible que las personas trabajen efectivamente.

La organización de Restaurantes “Yolhi” pertenecerá a las sociedades privadas. El prototipo de esta clase de sociedades es: Sociedad por Acciones Simplificada, se constituye con documento privado en lugar de hacerse con escritura pública (artículo 5 de la ley 1258 de diciembre 5 de 2008). Se constituyen con una o varias personas jurídicas, quien solo serán responsables hasta por el monto de sus aportes.

Las sociedades S.A.S., pueden construirse con cualquier monto de capital social (inferior o superior a 500 salarios mínimos legales).

No todas las S.A.S. están obligadas a nombrar un revisor fiscal, solo requieren de un contador público independiente que al finalizar el año dictamine sus estados financieros.

No están reguladas en el Código de Comercio a tener que especificar el objeto social al que se dedican. Solo detallará “se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita”

Responsabilidad solidaria: Se destaca que las sociedades S.A.S. no tendrán responsabilidad solidaria, es decir más allá de sus aportes.

Los requisitos exigidos por el Código de Comercio artículo 19 numeral 1, para el montaje y funcionamiento de establecimientos públicos clasificados en la categoría de alimentos y comestibles son: (véase cuadro 46)

Requisitos del documento de constitución de una S.A.S. de conformidad con la ley 1258 de 2008?¹⁸

18

http://www.camaramedellin.com.co/Portals/0/docs/InfoTramites/registro_constitucion_sociedad_acciones_simplificada.pdf

- i. Nombre, documento de identidad, **domicilio** de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).
- ii. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras "sociedad por acciones simplificada", o de las letras S.A.S.
- iii. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- iv. El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- v. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- vi. El capital autorizado, suscrito y pagado, **la clase, número y valor nominal** de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse. (Se deberá expresar sí las acciones suscritas son ordinarias, privilegiadas, con dividendo preferencial y sin derecho a voto, con dividendo fijo anual, de pago u otras en todos los casos con indicando los derechos que estas confieren)
- vii. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.
- viii. Adicionalmente, se deberá indicar el capital suscrito por cada uno de los accionistas (Art. 624 Estatuto Tributario)
- i. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado.

4.1.2 Marco legal.

Art. 333- La actividad económica y de iniciativa privada es libre dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio nadie podrá exigir permisos previos, ni requisitos sin autorización de la Ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que se presumen responsabilidades. La empresa como base de desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones, el Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial.

Art. 336. Ningún monopolio podrá establecerse sino como árbitro rentístico con una finalidad de interés público o social y en virtud de la Ley.

Art. 338. En tiempo de paz, solamente el Congreso, las Asambleas departamentales y los Consejos distritales y municipales podrán imponer contribuciones fiscales o parafiscales. La ley, las ordenanzas y los acuerdos deben fijar directamente los sujetos activos y pasivos, los hechos y las tarifas de los impuestos.

Estas empresas se pueden constituir bien como personas naturales (en el caso de inscripción como comerciantes y como empresas unipersonales) o como personas jurídicas (en el caso de constituirse sociedades con otras personas naturales o jurídicas)

CÓDIGO DE COMERCIO

Art. 19- Las obligaciones que tiene todo comerciante.

Art. 20- Numeral 6- Son actos y empresa mercantiles el giro, otorgamiento, aceptación, garantía o negociación de títulos valores así como la compra para la venta, permuta de los mismos.

Art. 25- Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes o prestación de servicios.

La Ley 9 de 1979 establece las normas sanitarias de las cuales se ha reglamentado los residuos, las disposiciones de residuos sólidos (degradables y biodegradables).

La Ley 99 de 1993 Artículo 50 sobre licencia ambiental.

Según la reglamentación legal no existe dificultades para constitución y puesta en marcha del Restaurante especializado en almuerzos balanceados y dietas especiales “Yolhi, para atender a los funcionarios de empresas públicas y privadas y comunidad en general perteneciente a la comuna XV de Bucaramanga.

4.2 FILOSOFÍA DE LA ORGANIZACIÓN.

4.2.1. Visión. Restaurante “Yolhi”, será reconocida en el 2014 como la mejor opción en el servicio de suministro de alimentos balanceados y de dietas especiales en Bucaramanga, destacándose por su contribución a la salud y nutrición de la población, basados en la excelente aplicación de las buenas practicas para la preparación de alimentos, bajo los principios y criterios de calidad, servicio al cliente e innovación permanente, a través de nuestro recurso humano especializado, preparado y comprometidos en pro de mejorar las condiciones de vida de nuestra comunidad”

4.2.2 Misión de Restaurante “Yolhi”. “Somos una empresa Santandereana, comprometida en la prestación y suministro de almuerzos balanceados, dietas

especiales para trabajadores de entidades públicas, privadas y comunidad en general perteneciente a la comuna XV de Bucaramanga, con compromiso constante, calidad y mejoramiento continuo, que nos lleve a ser reconocidos a nivel institucional por nuestra eficiencia, seriedad y cumplimiento aplicando procesos innovadores que respondan no sólo a las aspiraciones de los socios y empleados, sino al mejoramiento de calidad de vida de la población. ”

4.2.3 Objetivos.

- Promover un manejo administrativo y financiero fundamentado en los siguientes valores: Justicia, equidad, honestidad, cumplimiento, respeto mutuo, humildad, responsabilidad e inteligencia, con el fin de garantizar la estabilidad, la eficiencia y la eficacia en al utilización de los recursos.
- Desarrollar un programa de mejoramiento continuo en todas las áreas de la empresa mediante una adecuada capacitación del talento humano.
- Brindar a los usuarios de Restaurante “Yolhi”, un servicio de calidad que abarque los aspectos inherentes a satisfacer gustos, preferencias y necesidades del cliente.

4.2.4 Políticas.

- **Políticas de personal.** Es importante tener claro que cada empresa debe desarrollar un proceso de selección que se ajuste a sus necesidades específicas y se ejecute en forma correcta con el fin de disminuir el número de rechazos. Para el caso de esta nueva empresa se propone un proceso de selección de personal compuesto por las siguientes etapas:

- Perfil
- Reclutamiento
- Entrevista preliminar
- Evaluación de habilidades
- Entrevista técnica
- Verificación de referencias
- Vinculación

El perfil del cargo deberá estar previamente definido, y será la pauta para la identificación de las especificaciones del cargo.

El reclutamiento es el proceso de búsqueda de los posibles candidatos a ocupar una vacante en la empresa. Teniendo en cuenta que la empresa apenas iniciará labores es recomendable considerar el soporte que pueden brindar las fuentes externas de reclutamiento de personal tales como: Anuncios publicitarios (prensa, radio), SENA, agencias de empleo. En el análisis de las hojas de vida se deben tener en cuenta los requisitos mínimos para una posible selección (edad, experiencia, profesión, entre otras), con el fin de descartar aquellos aspirantes que no cumplen con las aspiraciones para ser seleccionado.

La entrevista preliminar es la primera etapa que ofrece la oportunidad de obtener una impresión del posible aspirante. Los objetivos específicos de ésta son los siguientes:

- Obtener información personal del candidato sus estudios, características, necesidades e intereses.
- Explorar la trayectoria profesional y laboral del candidato así como las funciones realizadas en sus anteriores cargos.
- Explorar el área motivacional y socio afectivo que impulsa al aspirante a formar parte del equipo de trabajo de la nueva empresa.

- Aportar información sobre las tareas a desempeñar en la vacante para la cual aspira con el fin de evaluar con profundidad su interés por él.
- Motivar y alentar al candidato para que continúe en el proceso de selección hasta el final.

La evaluación de habilidades consiste en la aplicación de pruebas técnicas que se enfocan en los requerimientos de la misma, buscando en la persona facilidades de adaptación motriz, visual y de respuesta a la enseñanza. Se considera primordial que no todo aspirante que desea aprender un oficio tiene aptitudes para el mismo.

Las pruebas a aplicar se dividen en dos:

- Pruebas de capacidad, las cuales permiten medir la destreza de la persona en la realización de las actividades.
- Pruebas de aptitud, que permiten evaluar la destreza y el grado de comprensión para ejecutar una orden.

La entrevista técnica consiste en determinar la motivación, deseo de alcanzar metas propuestas y la estabilidad laboral reflejada en su permanencia en el trabajo solicitado.

Las entrevistas realizadas evalúan al candidato desde distintos puntos de vista y lo califican.

La verificación de referencia se relaciona con los contactos que se deben hacer con las empresas relacionadas por el aspirante en su hoja de vida, así mismo referencias familiares y personales.

La vinculación se lleva a cabo cuando se ha seleccionado al candidato y se completan sus datos, solicitando documentos necesarios para el archivo de la empresa y la afiliación a entidades como a la Seguridad social, Cajas de

Compensación, Fondos de cesantías y pensiones, fondos de empleados entre otros. En esta etapa se firma el contrato laboral que legitima la vinculación del aspirante a la empresa.

Una vez seleccionado el candidato se debe iniciar el proceso de inducción del candidato para que se adapte a su nuevo trabajo, compañeros y funciones dándole a conocer aspectos que tiene que ver con su desempeño.

Para que la capacitación funcione, debe ir ligada a las necesidades estratégicas de la empresa. Por esta razón, el objetivo del programa de capacitación de la empresa, es que todo el talento humano adquiera conocimientos que le permitan desempeñar eficiente y efectivamente sus funciones por esto es importante que se divulguen e interpreten correctamente las normas de trabajo para el fortalecimiento de un agradable ambiente laboral.

El programa de capacitación debe estar apoyado en un sistema que permita medir el progreso de la persona seleccionada, con el fin de conformar un equipo de trabajo de alto nivel donde adquieran rápidamente nuevas habilidades, adaptación a los cambios, productividad, aumente la eficiencia, eficacia y disminuya la rotación.

Los empleados nuevos deben alcanzar las metas dentro de un tiempo específico y deben estar enterados de sus progresos así como de las falencias a través de informes sobre la asistencia, calidad, eficiencia y rendimiento de cada uno de ellos, elementos que formarán parte de un programa de aprendizaje que los conduzca a superar el nivel laboral inicial.

Por otra parte, la empresa debe brindar a sus empleados todos los equipos de seguridad industrial y estos a su vez utilizarlos con el fin de salvaguardar la integridad, salud y bienestar de quienes laboran en la organización.

Los contratos serán elaborados con duración de 1 año, con una escala salarial que comenzará en un salario mínimo e irá ascendiendo de acuerdo a la carga laboral del empleado; las prestaciones de ley serán pagadas en su totalidad, otorgando además el subsidio de transporte y la dotación a los empleados que estén cobijados por este beneficio. El equipo humano de la empresa se distinguirá por su excelente presentación, atención al cliente, poseedor de un trato especial y preferencial, amabilidad, cortesía, calor humano y eficiencia.

➤ **Políticas de compra.**

- Para todas las compras se analizaran como mínimo tres opciones de proveedores.
- Los requerimientos para el servicio del restaurante debe ser solicitada diariamente finalizada la labor y realizado el inventario respectivo.
- Para el servicio de restaurante será fundamentalmente las compras de frutas, verduras y carnes diariamente.

- Las compras correspondientes a abarrotes, se harán semanalmente.

- Las compras preferiblemente se harán de contado,

➤ **Políticas de venta.**

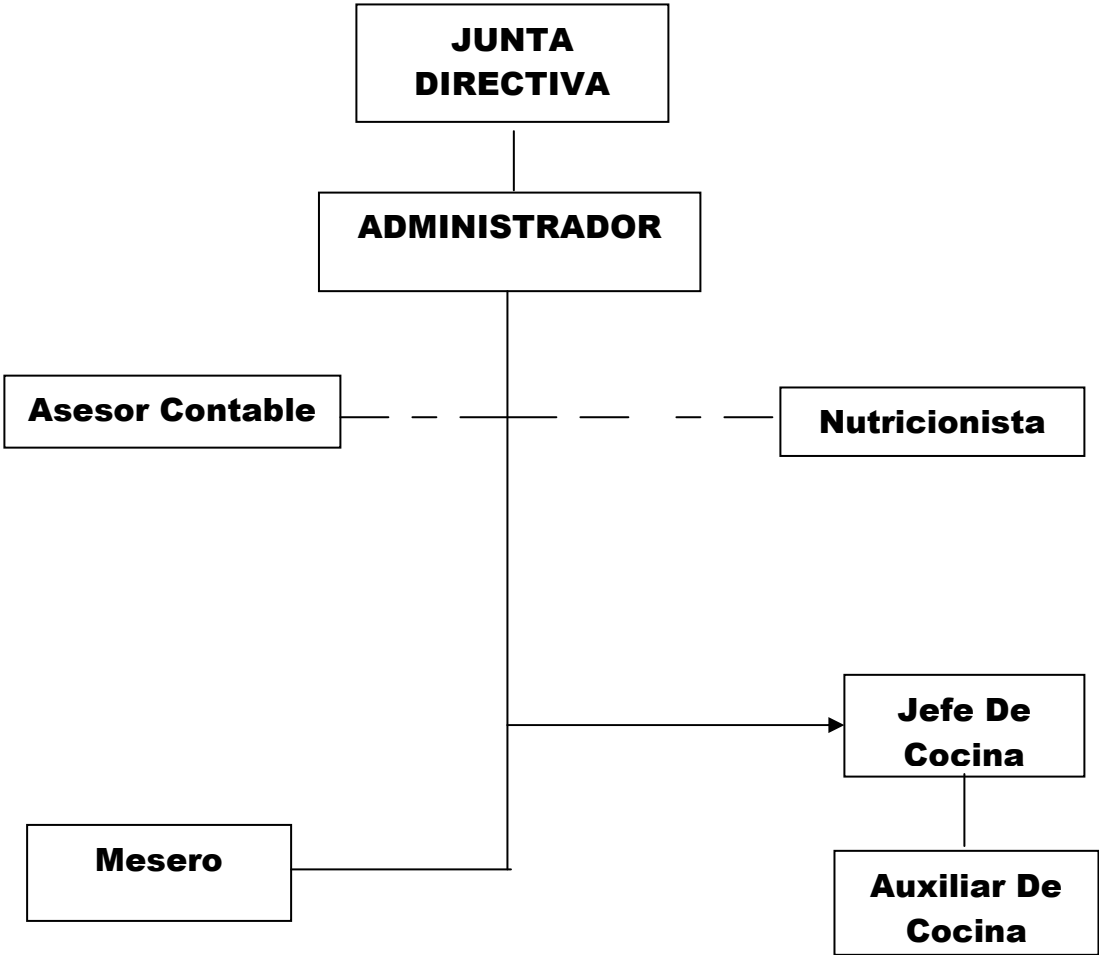
- Para todas las ventas se harán de estricto contado, con excepción para clientes que demuestren fidelidad y pertenencia a la institución, solo se considerará el crédito a 15 días.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1 Organigrama. De acuerdo a los diferentes tipos de organigrama

Restaurante “Yolhi” S.A.S., tendrán una estructura de tipo Lineal – Staff, flexible y ágil, centralizando sus atribuciones de gestión en el Administrador.

Figura 25. Organigrama Restaurante "Yolhi S.A.S. "



Fuente: Autoras del proyecto

4.3.2 manual de funciones y perfil del cargo.

Cuadro 46. Manual de funciones del Administrador

| | | |
|--|--------------------|--|
| Nombre del cargo: ADMINISTRADOR | Código | Página: 1 de: 4 |
| Cargo del Jefe Inmediato: JUNTA DE SOCIOS | | Área: ADMINISTRATIVA |
| Cargos Supervisados: Asesor Contable, Nutricionista, Mesero, jefe de cocina | | No. Personas que desempeñan el cargo 1 (uno) |
| <p>Detalle de funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Representar legalmente a la empresa en todos los eventos que requiera. ✓ Presentar un informe de su gestión a la junta de socios en sus reuniones ordinarias y el balance general de fin de ejercicio con su proyecto de distribución de utilidades. ✓ Convocar la junta de socios a reuniones ordinarias y extraordinarias. ✓ Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la organización. ✓ Vigilar la adecuada ejecución presupuestal de la empresa. ✓ Fijar objetivos y políticas de la empresa. ✓ Tomar decisiones referentes al desarrollo de las actividades de la Empresa. ✓ Ordenar pagos, gastos, compras y asignación de sueldos. ✓ Tramitación, renovación y celebración de todo tipo de contratos que se ejecuten en la empresa. ✓ Coordinar y elaborar un presupuesto anual de ingresos y egresos. ✓ Reclutamiento del personal e inducción. ✓ Programar y organizar jornadas de capacitación, charlas y demás actividades necesarias a los empleados. ✓ Realizar periódicamente una evaluación financiera de la empresa. ✓ Realizar las labores comerciales y de promoción de la empresa. ✓ Realizar gestión inicial y contacto con el mercado potencial. ✓ Cumplir con las disposiciones laborales básicas reglamentadas por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. ✓ Realizar los requerimientos de insumos y materias primas ✓ Vigilar y controlar la orden de pedidos y estado de los alimentos y materias primas ✓ Atender la caja | | Periodicidad |
| Fecha de Emisión: | Fecha de Revisión: | Actualización: |

Cuadro 47. Descripción del cargo del Administrador

| <i>RESTAURANTE YOLHI S.A.S.</i> | |
|---|-----------------------|
| NOMBRE DEL CARGO: ADMINISTRADOR | FECHA: |
| SECCIÓN: ADMINISTRATIVA | |
| JEFE INMEDIATO: JUNTA DE SOCIOS | |
| SUPERVISA A: Asesor Contable, Nutricionista, Mesero, jefe de cocina | ELABORADO POR: |
| HABILIDAD | |
| EDUCACIÓN: Gestor Empresarial, Ingeniero Industrial, Administrador de Empresas EXPERIENCIA: Acreditar tres años de experiencia en actividades similares ENTRENAMIENTO: Dos meses HABILIDAD MENTAL: Ejecuta labores que requieren habilidad mental alta. HABILIDAD MANUAL: Ejecuta labores que requieren una habilidad manual alta. | |
| RESPONSABILIDAD | |
| SUPERVISIÓN: TRES POR CONTACTOS: MANTIENE CONTACTO DIRECTO CON EL PERSONAL INTERNO Y EXTERNO. MATERIALES, HERRAMIENTA Y EQUIPO: LOS QUE ESTÉN A SU CARGO PARA EL DESEMPEÑO DE SUS FUNCIONES. MANEJO DE VALORES: NINGUNO. | |
| ESFUERZO | |
| MENTAL: ALTO VISUAL: NORMAL FÍSICO: EL NORMAL PARA EL DESARROLLO DE SUS FUNCIONES. | |
| CONDICIONES DE TRABAJO | |
| MEDIO AMBIENTE: NORMAL RIESGOS: NINGUNO | |

Cuadro 48. Manual de funciones del Jefe De Cocina

| | | | |
|---|---------------------------|---------------|---|
| Nombre del cargo: JEFE DE COCINA | | Código | Página: 2 de: 4 |
| Cargo del Jefe Inmediato: ADMINISTRADOR | | | Área: SERVICIOS |
| Cargos Supervisados: AUXILIAR DE COCINA | | | No. Personas que desempeñan el cargo 1 |
| Detalle de funciones: ✓ Velar por que la preparación de los alimentos se realice adecuadamente de acuerdo a las indicaciones nutricionales que el cuerpo necesita. ✓ Elaborar el cronograma de actividades mensuales ✓ Elaborar el cronograma del menú del día ✓ Revisar constantemente los alimentos que permanecen en su área para ✓ Identificar desperdicios o solicitudes exageradas. ✓ Velar por las normas de calidad y sanidad en la cocina, ✓ Realizar los presupuestos de insumos mensualmente ✓ Velar por la adecuada preparación y exquisitez de los alimentos ✓ Utilizar la dotación adecuada mientras esté dentro de la compañía. ✓ Y demás que se le sean asignadas inherentes al cargo | | | Periodicidad Diariamente |
| Fecha de Emisión: | Fecha de Revisión: | | Actualización: |

Cuadro 49. Descripción del cargo del Jefe de cocina

| | |
|---|-----------------------|
| RESTAURANTE YOLHI S.A.S. | |
| NOMBRE DEL CARGO: JEFE DE COCINA | FECHA: |
| SECCIÓN: SERVICIOS | |
| JEFE INMEDIATO: ADMINISTRADOR | |
| SUPERVISA A: Auxiliares de cocina | ELABORADO POR: |
| HABILIDAD | |
| EDUCACIÓN: Tecnólogo o Ingeniero de alimentos o Chef profesional EXPERIENCIA: Acreditar tres años de experiencia en actividades similares ENTRENAMIENTO: Un mes HABILIDAD MENTAL: Ejecuta labores que requieren habilidad mental Mediana. HABILIDAD MANUAL: Ejecuta labores que requieren una habilidad manual alta. | |
| RESPONSABILIDAD | |
| SUPERVISIÓN: DOS PERSONAS POR CONTACTOS: MANTIENE CONTACTO DIRECTO CON EL PERSONAL INTERNO MATERIALES, HERRAMIENTA Y EQUIPO: LOS QUE ESTÉN A SU CARGO PARA EL DESEMPEÑO DE SUS FUNCIONES. MANEJO DE VALORES: ALTO | |
| ESFUERZO | |
| MENTAL: Excelente conocimiento en la combinación de los alimentos de Acuerdo a los índices de nutrición VISUAL: NORMAL FÍSICO: EL NORMAL PARA EL DESARROLLO DE SUS FUNCIONES. | |
| CONDICIONES DE TRABAJO | |
| MEDIO AMBIENTE: NORMAL RIESGOS: CORTADURAS, QUEMADURAS | |

Cuadro 50. Manual de funciones de Auxiliares de Cocina

| | | | |
|---|---------------------------|---------------|---|
| Nombre del cargo: AUXILIAR DE COCINA | | Código | Página: 3 de: 4 |
| Cargo del Jefe Inmediato: JEFE DE COCINA | | | Área: SERVICIOS |
| Cargos Supervisados: NINGUNO | | | No. Personas que desempeñan el cargo 1 |
| Detalle de funciones: ✓ Velar por que la preparación de los alimentos se realice adecuadamente de acuerdo a las indicaciones nutricionales que el cuerpo necesita. ✓ Apoyar todas las labores de cocina. ✓ Hacer seguimiento a la cocción y preparación de alimentos ✓ Revisar constantemente los alimentos que permanecen en su área para identificar desperdicios o solicitudes exageradas. ✓ Velar por las normas de calidad y sanidad en la cocina, ✓ Tabular los datos para presupuestos de insumos mensualmente ✓ Velar por la adecuada preparación y exquisitez de los alimentos ✓ Utilizar la dotación adecuada dentro y fuera de la compañía. ✓ Reemplazar al jefe de cocina en su ausencia ✓ Desempeñar las labores propias de preparación de alimentos supervisar la preparación de alimentos que se le asignaron Realizar el lavado de loza, ollas mesones diariamente. ✓ Asear las bodegas, canastillas, refrigeradores, neveras estufa y demás diariamente. ✓ Dar el manejo adecuado a los residuos generados por desperdicios de alimentos y desechos ✓ Mantener el espíritu de colaboración, motivación y fraternidad para los clientes internos y externos. ✓ Utilizar la dotación adecuada diariamente. ✓ Realizar el aseo de todas las instalaciones. | | | Periodicidad Diariamente |
| Fecha de Emisión: | Fecha de Revisión: | | Actualización: |
| | | | |

Cuadro 51. Descripción del cargo del auxiliar de cocina

| <i>RESTAURANTE YOLHI S.A.S.</i> | |
|---|-----------------------|
| NOMBRE DEL CARGO: AUXILIAR DE COCINA | FECHA: |
| SECCIÓN: SERVICIOS | |
| JEFE INMEDIATO: JEFE DE COCINA | |
| SUPERVISA A: NINGUNO | ELABORADO POR: |
| HABILIDAD | |
| EDUCACIÓN: Tecnólogo auxiliar de alimentos EXPERIENCIA: Acreditar tres años de experiencia en actividades similares ENTRENAMIENTO: Una semana HABILIDAD MENTAL: Ejecuta labores que requieren habilidad mental Mediana. HABILIDAD MANUAL: Ejecuta labores que requieren una habilidad manual alta. | |
| RESPONSABILIDAD | |
| SUPERVISIÓN: NINGUNO POR CONTACTOS: MANTIENE CONTACTO DIRECTO CON EL PERSONAL INTERNO MATERIALES, HERRAMIENTA Y EQUIPO: LOS QUE ESTÉN A SU CARGO PARA EL DESEMPEÑO DE SUS FUNCIONES. MANEJO DE VALORES: ALTO | |
| ESFUERZO | |
| MENTAL: Excelente conocimiento en la combinación de los alimentos de Acuerdo a los índices de nutrición VISUAL: NORMAL FÍSICO: EL NORMAL PARA EL DESARROLLO DE SUS FUNCIONES. | |
| CONDICIONES DE TRABAJO | |
| MEDIO AMBIENTE: NORMAL RIESGOS: CORTADURAS, QUEMADURAS | |

Cuadro 52. Manual de funciones del mesero

| | | | |
|--|---------------------------|---------------|---|
| Nombre del cargo: MESERO | | Código | Página: 4 de: 4 |
| Cargo del Jefe Inmediato: ADMINISTRADOR | | | Área: SERVICIOS |
| Cargos Supervisados: NINGUNO | | | No. Personas que desempeñan el cargo 1 |
| Detalle de funciones: ✓ Dar la bienvenida al cliente, lo acomoda en su silla y lo ayuda para colocar sus pertenencias. ✓ Atender de forma inmediata el pedido de sus clientes ✓ Mantener la humildad y paciencia por los reclamos de los clientes ✓ Servir adecuadamente, los alimentos y utensilio a utilizar por el cliente ✓ Asear las mesas y desinfectar inmediatamente después que el cliente desocupa el establecimiento. ✓ Estar atento a la entrega de pedidos y cuenta al cliente ✓ Dar el manejo adecuado a los residuos generados por desperdicios de alimentos y desechos ✓ Mantener el espíritu de colaboración, motivación y fraternidad para los clientes internos y externos. ✓ Utilizar la dotación adecuada diariamente. ✓ Realizar el aseo de todas las instalaciones. | | | Periodicidad Diariamente |
| Fecha de Emisión: | Fecha de Revisión: | | Actualización: |

Cuadro 53. Descripción del cargo del mesero

| <i>RESTAURANTE YOLHI S.A.S.</i> | |
|---|-----------------------|
| NOMBRE DEL CARGO: MESERO | FECHA: |
| SECCIÓN: SERVICIOS | |
| JEFE INMEDIATO: ADMINISTRADOR | |
| SUPERVISA A: NINGUNO | ELABORADO POR: |
| <i>HABILIDAD</i> | |
| EDUCACIÓN: Bachiller EXPERIENCIA: Acreditar tres años de experiencia en actividades similares ENTRENAMIENTO: Una semana HABILIDAD MENTAL: Ejecuta labores que requieren habilidad mental Mediana. HABILIDAD MANUAL: Ejecuta labores que requieren una habilidad manual alta. | |
| <i>RESPONSABILIDAD</i> | |
| SUPERVISIÓN: NINGUNO POR CONTACTOS: MANTIENE CONTACTO DIRECTO CON EL CLIENTE Y PRSONAL INTERNO MATERIALES, HERRAMIENTA Y EQUIPO: LOS QUE ESTÉN A SU CARGO PARA EL DESEMPEÑO DE SUS FUNCIONES. MANEJO DE VALORES: ALTO | |
| <i>ESFUERZO</i> | |
| MENTAL: EXCELENTE DE SERVICIO AL CLIENTE VISUAL: NORMAL FÍSICO: EL NORMAL PARA EL DESARROLLO DE SUS FUNCIONES. | |
| <i>CONDICIONES DE TRABAJO</i> | |
| MEDIO AMBIENTE: NORMAL RIESGOS: CORTADURAS, QUEMADURAS | |

4.3.2 Asignación salarial. La industria de los alimentos no es asequible a todas las personas, según este tipo de actividad cada individuo involucrado requiere de estudios especiales en normas estándares, políticas, leyes y demás que tengan que ver con el manipuleo de los mismos. Se requiere de investigaciones y capacitaciones adicionales que se interpretan desde la utilización de los implementos hasta el cómo servir el plato. Por lo anterior y teniendo en cuenta otros aspectos como la experiencia, nivel de estudios, especializaciones, capacidad de desarrollo y responsabilidad. Se asignarán salarios acordes con cada actividad.

Es de considerar que por política de la compañía para la parte de Servicio u operativa, no se pagará a ningún colaborador el SMLV ya que la labor que realiza es muy delicada y de ella depende el bienestar de la empresa y la satisfacción nutricional y el gusto del cliente en volver. Para todos los empleados que devenguen menos de dos salarios mínimos se les cancelará subsidio de transporte tal como lo estipula la ley y para todos los empleados en general, se les cancelará el Seguro médico, pensión, pagos de los parafiscales y demás prestaciones a que tienen derecho.

Se contratará también a un Asesor Contable y un nutricionista por prestación de servicios donde se les cancelará unos honorarios, mensuales de \$250.000. a cada uno.

De acuerdo con la legislación laboral colombiana todos los empleados tienen derecho a las prestaciones de ley, representados en: (Véase cuadros 55 y 56)

Por otra parte, para la base de hasta dos salarios mínimos legales mensuales, se les cancelará el subsidio de transporte de \$59.300 y se les dará una dotación correspondiente al 7%.

Cuadro 54. Asignación salarial

| Cargo | Salario \$ | Tipo De Contrato |
|----------------------|-------------------|-------------------------|
| 1 Administrador | \$ 1.000.000 | Indefinido |
| 1 Jefe de Cocina | \$ 700.000 | Indefinido |
| 1 Auxiliar de Cocina | \$ 500.000 | Indefinido |
| 1 Mesero | \$ 500.000 | Indefinido |
| 1 Nutricionista | \$ 250.000 | Honorarios |
| 1 Asesor Contable | \$ 250.000 | Honorarios |

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 55. Base salarial del patrono por prestaciones sociales, parafiscales, salud, pensión, riesgos profesionales y dotación.

| PRESEPAR | BASE EN % |
|-----------------------------------|------------------|
| Cesantías | 8.33% |
| Primas | 8.33% |
| Vacaciones | 4.17% |
| Intereses a las cesantías | 1% |
| Total prestaciones | 21.83% |
| Cajas de Compensación | 4% |
| Sena | 2% |
| Instituto de Bienestar Familiar | 3% |
| Total Parafiscales | 9% |
| Salud | 8,5% |
| Pensión | 12% |
| Riesgos profesionales | 0.522% |
| Total salud, pensión y ARP | 21,022% |
| Dotación | 7% |

Fuente: Autoras del proyecto

4.4 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO

- La empresa Restaurante “Yolhi”, para alcanzar las metas propuestas, llevará a cabo los planes y hará posible que las personas trabajen efectivamente, para lo cual el tipo de organización de restaurante pertenecerá a las sociedades privadas, constituyéndose como una empresa de responsabilidad limitada.

- De acuerdo a los diferentes tipos de organigrama Restaurante “Yolhi” S.A.S., tendrán una estructura de tipo Lineal – Staff, flexible y ágil, centralizando sus atribuciones de gestión en el Administrador, para lo cual contará con un personal de 4 personas directas, como el administrador, un jefe de cocina, un auxiliar de cocina, un mesero y dos indirectas como son el asesor contable y la nutricionista, personal calificado, el cual se les cancelará todos los requerimientos que exige la ley.

- Por otra parte, se formuló su filosofía corporativa, diseñando su visión, misión, objetivos, y políticas que serán su curso de acción para los próximos 5 años.

5. ESTUDIO FINANCIERO

En este capítulo se analizarán todos los aspectos económicos y financieros del proyecto; retomando la cuantificación de los ingresos esperados, generados por los presupuestos de venta del servicio de restaurante (almuerzos balanceados) dirigido a funcionarios públicos y privados de la comuna XV del centro de Bucaramanga, y del cálculo de capacidades estimados en el estudio técnico; además, la valoración de los egresos ocasionados por el montaje y puesta en marcha de la empresa, revelados en los diferentes capítulos anteriores de mercados, técnico, administrativo y legal

El objetivo del presente estudio, es determinar las inversiones, los costos, el presupuesto de ingresos y egresos, el punto de equilibrio, los estados financieros proyectados (flujo de caja, estado de pérdidas y ganancias y el balance general), base para su evaluación económica

5.1 INVERSIONES

5.1.1 Inversión fija. Se entiende por inversión fija o activos fijos tangibles, todos los bienes propiedad de la empresa como: maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipo de oficina y utensilios de cocina, necesarios para la instalación y operación del servicio de restaurante de almuerzos balanceados.

➤ **Maquinaria y equipo.** Esta representado por la maquinaria y los equipos requeridos para el montaje y puesta en marcha del restaurante. Para mayor claridad se presenta a continuación el monto de inversión requerido para el futuro montaje de la empresa (Véase cuadro 57).

Cuadro 56. Costo de maquinaria y equipo

| Cantidad | Descripción | Valor Unitario | Valor Total |
|----------|---|----------------|-------------------|
| 1 | Estufa Industrial de 8 quemadores | 1.700.000 | 1.700.000 |
| 1 | Calentador 2170 6 divisiones Industrial | 850.000 | 850.000 |
| 1 | Colador metálico | 16.000 | 16.000 |
| 2 | Batidoras Oster | 79.000 | 158.000 |
| 2 | Licadoras Oster | 125.000 | 250.000 |
| 2 | Picadora Oster | 78.000 | 156.000 |
| 10 | Platilleros | 45.000 | 450.000 |
| 1 | Nevera 20 pies Industrial Mabe | 1.200.000 | 1.200.000 |
| 1 | Refrigerador 20 pies Mabe | 1.800.000 | 1.800.000 |
| 2 | Extractores de olores 250,000 500,000 | 600.000 | 1.200.000 |
| 1 | Horno Eléctrico | 770.000 | 770.000 |
| 3 | Greca 3 litros | 680.000 | 2.040.000 |
| | Total | | 10.590.000 |

Fuente: Cotizaciones

➤ **Muebles y enseres.** Comprende mesas, sillas, escritorios, sillas ergonómicas, escritorios, archivadores, mesa para el computador, las sillas para espera y de atención al público, las sillas auxiliares, archivadores, entre otros, necesarios para la puesta en marcha del restaurante. Los muebles y enseres tienen un valor más IVA de \$9.403.000.

Cuadro 57. Muebles y enseres

| Cantidad | Descripción | Valor Unitario | Valor Total |
|----------|--|----------------|------------------|
| 16 | Mesas Rimax | 58.000 | 928.000 |
| 64 | Sillas Rimax | 25.000 | 1.600.000 |
| 10 | Canastillas grandes legumbres Vaniplas | 75.000 | 750.000 |
| 5 | Estantes metálicos 2x1 foruz | 90.000 | 450.000 |
| 2 | Mostrador o barra en madera | 350.000 | 700.000 |
| 6 | Extintores bomberos | 85.000 | 510.000 |
| 3 | Escritorio modular de 1.5 m x 1.50 m | 750.000 | 2.250.000 |
| 3 | Sillas ergonómicas con rodachines | 130.000 | 390.000 |
| 1 | Archivadores de 4 gavetas | 350.000 | 350.000 |
| 3 | Papeleras | 60.000 | 180.000 |
| 1 | Mesa computador | 350.000 | 350.000 |
| 3 | Cosedora metálica Rank | 90.000 | 270.000 |
| 3 | Perforadora metálica Rank | 60.000 | 180.000 |
| 3 | Saca ganchos | 5.000 | 15.000 |
| 6 | Sillas auxiliares de recepción | 80.000 | 480.000 |
| | Total | | 9.403.000 |

Fuente: Cotizaciones

➤ **Equipos de oficina.** Está conformado por computador, equipos de sonido, sumadora, televisor, ventiladores, teléfono fax, sumadoras, caja registradora entre otros. El valor total del equipo de oficina asciende a \$7.705.000. (Véase Cuadro 59)

Cuadro 58. Costo de equipos de oficina

| Cantidad | Descripción | Valor Unitario | Valor Total |
|----------|---|----------------|------------------|
| 2 | Computadores Pentium DTK con impresora estabilizador y accesorios | 2.000.000 | 4.000.000 |
| 1 | Equipo de sonido Philips | 700.000 | 700.000 |
| 2 | Televisores de 29 pds Panasonic | 750.000 | 1.500.000 |
| 3 | Ventiladores de techo Imusa | 85.000 | 255.000 |
| 2 | Teléfonos de teclado Intelsa | 45.000 | 90.000 |
| 2 | Sumadoras Cassio | 75.000 | 150.000 |
| 1 | Fax Panasonic | 450.000 | 450.000 |
| 1 | Caja registradora Re.2170 Cassio | 560.000 | 560.000 |
| | Total | | 7.705.000 |

Fuente: Cotizaciones

➤ **Utensilios de cocina.** Hace parte aquellos utensilios de cocina necesarios para el ofrecimiento de los servicios de restaurante, como son pocillos, platos, cubiertos, ollas, freidoras y demás implementos de cocina (Véase cuadro 60)

Cuadro 59. Utensilios de cocina.

| Cantidad | Descripción | Valor Unitario | Valor Total |
|----------|------------------------------|----------------|-------------|
| 80 | Pocillo Te 689 | 6.400 | 512.000 |
| 80 | Plato Te 689 | 4.300 | 344.000 |
| 80 | Plato tortero 689 | 6.400 | 512.000 |
| 80 | Plato pando 689-26 | 10.700 | 856.000 |
| 80 | Bandeja 689 | 18.100 | 1.448.000 |
| 80 | Bandeja Nevada | 11.400 | 912.000 |
| 80 | Plato hondo 689 | 8.300 | 664.000 |
| 80 | Taza s/asa 689 | 7.000 | 560.000 |
| 80 | Taza c/asa 689 | 8.000 | 640.000 |
| 80 | Trío de cubiertos 1958 | 8.000 | 640.000 |
| 80 | Trío de cubiertos 300 | 6.000 | 480.000 |
| 80 | Vasos pl.24 caja por 48 uds. | 1.450 | 116.000 |

Cuadro 59. (Continúa)

| Cantidad | Descripción | Valor Unitario | Valor Total |
|----------|--------------------------------|----------------|-------------------|
| 40 | Manteles | 12.000 | 480.000 |
| 3 | Juego calderos 34-36-38-40x40 | 379.000 | 1.137.000 |
| 16 | Jarra plástica 4 litros PH | 13.900 | 222.400 |
| 10 | Refractarias 4 lts | 42.000 | 420.000 |
| 3 | Molde reet 50 | 9.700 | 29.100 |
| 3 | Rallador acero inoxidable | 13.800 | 41.400 |
| 6 | Cuchillos Tram 6" ct/plástico | 15.000 | 90.000 |
| 6 | Cuchillos Tram 8" ct/plástico | 22.000 | 132.000 |
| 6 | Cuchillos Tram 10" ct/plástico | 29.000 | 174.000 |
| 3 | Tabla picar grande | 38.000 | 114.000 |
| 3 | Escurreidor fritos | 13.800 | 41.400 |
| 6 | Tanque basura 100 lts. | 29.000 | 174.000 |
| 3 | Caldero arroz 50 cms | 113.000 | 339.000 |
| 3 | Sartén 30 cms- Imusa | 68.000 | 204.000 |
| 3 | Juego de ollas medianas | 180.000 | 540.000 |
| 3 | Olla presión 6 lts | 55.000 | 165.000 |
| 3 | Juego de ollas grandes | 206.000 | 618.000 |
| 3 | Plancha asadora doble | 52.000 | 156.000 |
| | Total | - | 12.761.300 |

Fuente: Autoras del proyecto

➤ **Total inversión fija.** Estará conformado por la inversión de maquinaria y equipo, los muebles y enseres, equipo de oficina y demás utensilios e implementos de cocina, para prestar el servicio de restaurante de almuerzos balanceados, equivalente a un valor total de \$40.459.300. (Véase cuadro 61)

Cuadro 60. Total Inversión fija

| Concepto | Valor total \$ |
|-----------------------------|-------------------|
| Maquinaria y equipo | 10.590.000 |
| Muebles y enseres | 9.403.000 |
| Equipo de oficina | 7.705.000 |
| Utensilios | 12.761.300 |
| Total inversión fija | 40.459.300 |

Fuente: Autoras del proyecto

5.1.2 Inversión diferida. Se considera, inversión diferida, todos los costos intangibles pre – operativos que incurrirá el restaurante antes de iniciar actividades como son: el estudio de factibilidad, los derechos notariales por constitución de la sociedad o escritura de constitución, el pago de estudio de nombre y registro en la Cámara de Comercio, la publicidad de anunciación y lanzamiento, software y la licencia de funcionamiento expedida por la Alcaldía Municipal entre otros gastos. Estos gastos serán amortizados en los cinco años siguientes al inicio de actividades de la empresa, el valor de la inversión diferida asciende a \$10.460.000(Véase cuadro 62)

Cuadro 61. Inversión Diferida

| Concepto | Valor total \$ |
|---|-----------------------|
| Estudio de factibilidad | 2.500.000 |
| Licencias de funcionamiento | 600.000 |
| Decoración | 1.500.000 |
| Publicidad de lanzamiento | 3.060.000 |
| Software contable y manejo de despachos | 1.600.000 |
| Constitución | 1.200.000 |
| Total inversión diferida | 10.460.000 |

Fuente: Autoras del proyecto

5.1.3 Inversión de capital de trabajo. Se incluye como capital de trabajo todos los costos y gastos, que requiere el restaurante, para un mes de funcionamiento normal, descontando aquellos rubros que en su momento no generarán salida de dinero como son la depreciación, la amortización de diferidos, las prestaciones sociales entre otros, que se deberá mantener en caja o en bancos para el funcionamiento normal.

El capital de trabajo lo conforman los costos del servicio, los gastos de administración y ventas y los gastos financieros equivalentes para el primer mes de inicio de operación del restaurante.

➤ **Costo del servicio.** Se incluyen los elementos directos en la prestación del servicio de restaurante de preparación y suministro de almuerzos balanceados, como son las materias primas, la mano de obra directa y los costos indirectos así:

- **Materias primas:** En el presente numeral se relaciona los costos que se incurrirán para prestar los servicios de preparación y suministro de almuerzos balanceados.

Igualmente para el servicio de restaurante, se consolida por los requerimientos diarios según la minutas establecidas para ofrecerle a los clientes almuerzos balanceados que para efectos de evaluación se toma como base las siguientes necesidades, multiplicado por su valor unitario y trasladándolos a mes y año.

Para el caso de unidades en el rubro de carnes y verduras, se promedia la cantidad que se requiere para una minuta diaria, multiplicada por el precio promedio de cada una a saber, carnes, promedio \$6.500; pollo (\$3.300); pescado (\$3.000); y cerdo (\$5.500); dando un promedio para carnes de \$4.575.

Cuadro 62. Costo de materias primas para el servicio de restaurante

| Menú Diario | Cantidad grs / Almuerzo | Cantidad Lbs/almuerzo | Costo por \$/ libra | Costo \$/ Almuerzo | Total almuerzos año | Valor total \$/año | Valor total \$/mes |
|---------------------------------------|----------------------------|--------------------------|------------------------|-----------------------|---------------------------|-----------------------|-----------------------|
| Fruta | 120 | 0,24 | 1.250,00 | 300,00 | 46.800 | 14.040.000 | 1.170.000 |
| Sopa | 270 | 0,54 | 407,41 | 220,00 | 46.800 | 10.296.066 | 858.005 |
| Arroz | 80 | 0,16 | 812,50 | 130,00 | 46.800 | 6.084.000 | 507.000 |
| Papa | 100 | 0,20 | 600,00 | 120,00 | 46.800 | 5.616.000 | 468.000 |
| Principio (verduras o leguminosas) | 125 | 0,25 | 1.000,00 | 250,00 | 46.800 | 11.700.000 | 975.000 |
| Carnes : (Res, pollo, pescado, cerdo) | 125 | 0,25 | 4.575,00 | 1.143,75 | 46.800 | 53.527.500 | 4.460.625 |
| Ensalada | 100 | 0,20 | 900,00 | 180,00 | 46.800 | 8.424.000 | 702.000 |
| jugo de fruta o leche | 150 | 0,30 | 500,00 | 150,00 | 46.800 | 7.020.000 | 585.000 |
| Postre | 1 porción | | | 150 | 46.800 | 7.020.000 | 585.000 |
| Total | | | | 2.643,75 | 46.800 | 123.727.566 | 10.310.630 |

*Se toma valor promedio de las cuatro variedades de carnes

Fuente: Cotizaciones

- **Mano de obra directa.** Se incluye en este numeral la mano de obra que requerido para la preparación de los almuerzos como son el Jefe de Cocina y auxiliar de cocina, con su respectivo salarios, el auxilio de transporte, seguridad social, los aportes parafiscales, las prestaciones sociales y la dotación del 7%

Cuadro 63. Costo de mano de obra directa para el servicio de restaurante

| Concepto | Jefe de cocina | Auxiliar de cocina |
|----------------------------------|-----------------------|---------------------------|
| Sueldo mes | 700.000 | 500.000 |
| Subsidio de transporte | 59.300 | 59.300 |
| Prima 8,33% | 58.310 | 41.650 |
| Vacaciones 4,17% | 29.190 | 20.850 |
| Cesantías 8,33% | 58.310 | 41.650 |
| Intereses cesantías 1% | 4.857 | 3.469 |
| Caja de Compensación Familiar 4% | 28.000 | 20.000 |
| I.C.B.F. 3% | 21.000 | 15.000 |
| SENA 2% | 14.000 | 10.000 |
| Salud 8,5% | 59.500 | 42.500 |
| Pensión 12% | 84.000 | 60.000 |
| Riesgos Profesionales 0,522% | 3.654 | 2.610 |
| Dotación 7% | 49.000 | 35.000 |
| Total mes | 1.169.121 | 852.029 |
| Total año | 14.029.455 | 10.224.353 |

Fuente: autoras del proyecto

- **Costos indirectos CIF.** Hace referencia a la depreciación, el mantenimiento, el seguro de la maquinaria y equipos, herramientas y utensilio de cocina, insumos y otros cifs, como seguros de los mismos, exceptuando el valor de los utensilios de cocina, que no se incluye en el cálculo de seguros; utilizados en el desarrollo de la prestación de los servicios de preparación y suministro de almuerzos balanceados.

Depreciación de maquinaria y equipos. Para calcular el monto de la depreciación de la maquinaria y equipo y utensilios de cocina, se utilizó el método de línea recta, por otra parte se calculo el valor de salvamento de aquellos bienes que poseen una vida útil superior a los 5 años.

Cuadro 64. Depreciación de maquinaria y equipos y utensilios

| Activo | Valor del activo | Años depreciables | Depreciación año | Depreciación mes | Valor de salvamento |
|----------------------|-------------------|-------------------|------------------|------------------|---------------------|
| Maquinaria y equipo | 10.590.000 | 10 | 1.059.000 | 88.250 | 5.295.000 |
| Utensilios de cocina | 12.761.300 | 5 | 2.552.260 | 212.688 | - |
| Total | 23.351.300 | | 3.611.260 | 300.938 | 5.295.000 |

Fuente: autoras del proyecto

Mantenimiento. Se prevé en este ítem lo correspondiente al valor que se debe aprovisionar para futuros cambios, reparaciones o reposición de la maquinaria y equipos, donde se estima que al año sea del 5% del valor total del activo. (Véase cuadro 66)

Cuadro 65. Costo de mantenimiento de maquinaria y equipo y utensilios

| Activo | Valor del activo | Proporción % | Valor año \$ | Valor mes \$ |
|----------------------|-------------------|--------------|------------------|---------------|
| Maquinaria y equipo | 10.590.000 | 0,05 | 529.500 | 44.125 |
| Utensilios de cocina | 12.761.300 | 0,05 | 638.065 | 53.172 |
| TOTAL | 23.351.300 | | 1.167.565 | 97.297 |

Fuente: autoras del proyecto

Insumos. Hace parte de insumos aquello que se requieren para el normal funcionamiento de la empresa como el caso del gas natural, la energía y el agua de uso comercial, necesarios para prestar los servicios de preparación y suministro de almuerzos balanceados. Véase cuadro 67)

Cuadro 66. Costo de insumos

| Concepto | Unidad | Valor Unid. | Cantidad mes | Valor mes | Valor año |
|----------------------|--------|-------------|--------------|----------------|------------------|
| Agua cm3 | cc | 1.156 | 65 | 75.140 | 901.680 |
| Energía | Kv | 423 | 500 | 211.500 | 2.538.000 |
| Gas | m3 | 805 | 150 | 120.750 | 1.449.000 |
| Televisión por cable | mes | 35.000 | | 35.000 | 420.000 |
| Total | | | | 442.390 | 5.308.680 |

Fuente: autoras del proyecto

Otros CIF: Seguros de maquinaria y equipo. Se incluyen en este numeral los costos que se incurren en seguros, equivalente al 1% del valor total del activo de maquinaria y equipos (Véase cuadro 68)

Cuadro 67. Seguros de maquinaria y equipo

| Activo | Valor del activo | Proporción % | Valor año \$ | Valor mes \$ |
|---------------------|-------------------|--------------|----------------|--------------|
| Maquinaria y equipo | 10.590.000 | 0,01 | 105.900 | 8.825 |
| Total | 10.590.000 | | 105.900 | 8.825 |

Fuente: autoras del proyecto

Resumen de los Costos indirectos del servicio. El total de los costos indirectos del servicio incluye el resumen de los valores de los insumos, el mantenimiento, la depreciación, y otros CIF como el seguro de la maquinaria y equipo.

Cuadro 68. Costos indirectos del servicio

| Concepto | Costo \$/Mes | Costo \$/año |
|-------------------|----------------|-------------------|
| Insumos | 442.390 | 5.308.680 |
| Depreciación | 300.938 | 3.611.260 |
| Mantenimiento | 97.297 | 1.167.565 |
| Otros CIF: Seguro | 8.825 | 105.900 |
| Total | 849.450 | 10.193.405 |

Fuente: autoras del proyecto

Costos del servicio. El total de los costos del servicio de preparación y suministro de almuerzos balanceados, está conformado por los costos de materias primas, mano de obra directa y los costos indirectos del servicio (véase cuadro 70)

Cuadro 69. Costos del servicio

| Concepto | Costo \$/mes | Costo \$/año |
|----------------------|-------------------|--------------------|
| Materias prima | 10.310.630 | 123.727.566 |
| Mano de obra directa | 2.021.151 | 24.253.808 |
| C.I.F | 849.450 | 10.193.405 |
| Total | 13.181.232 | 158.174.779 |

Fuente: autoras del proyecto

➤ **Gastos de administración y ventas.** Comprenden la nómina del área administrativa de la empresa, la depreciación de muebles y enseres, equipo de oficina, la amortización de la inversión diferida y los gastos generales.

- **Nómina del área administrativa y de ventas.** En ella se incluyen los sueldos del administrador y el mesero, con su respectiva seguridad social, aportes parafiscales, prestaciones sociales.

Cuadro 70. Nómina área administrativa y de ventas

| Concepto | Administrador | Mesero |
|----------------------------------|-------------------|-------------------|
| Sueldo mes | 1.000.000 | 500.000 |
| Subsidio de transporte | - | 59.300 |
| Prima 8,33% | 83.300 | 41.650 |
| Vacaciones 4,17% | 41.700 | 20.850 |
| Cesantías 8,33% | 83.300 | 41.650 |
| Intereses cesantías 1% | 6.939 | 3.469 |
| Caja de Compensación Familiar 4% | 40.000 | 20.000 |
| I.C.B.F. 3% | 30.000 | 15.000 |
| SENA 2% | 20.000 | 10.000 |
| Salud 8,5% | 85.000 | 42.500 |
| Pensión 12% | 120.000 | 60.000 |
| Riesgos Profesionales 0,522% | - | 2.610 |
| Dotación 7% | 70.000 | 35.000 |
| Total mes | 1.580.239 | 852.029 |
| Total año | 18.962.867 | 10.224.353 |

Fuente: autoras del proyecto

- **Depreciación de activos muebles y enseres, equipo de oficina.** Los muebles y enseres se deprecian en línea recta a 10 años, y el equipo de oficina a 5 años, incluye el valor de salvamento al 5 año de operación y corte.

Cuadro 71. Depreciación de activos muebles y enseres

| Activo | Valor del activo | Años depreciables | Depreciación año | Depreciación mes | Valor de salvamento |
|-------------------|-------------------|-------------------|------------------|------------------|---------------------|
| Muebles y enseres | 9.403.000 | 10 | 940.300 | 78.358 | 4.701.500 |
| Equipo de oficina | 7.705.000 | 5 | 1.541.000 | 128.417 | - |
| Total | 17.108.000 | | 2.481.300 | 206.775 | 4.701.500 |

Fuente: autoras del proyecto

- **Amortización de diferidos.** El total de la inversión diferida se amortiza a 5 años, durante la vida de evaluación del proyecto.

Cuadro 72. Amortización de diferidos

| Activo | Valor del activo | Años Amortizables | Amortización \$ año | Valor \$mes |
|--------------|-------------------|-------------------|---------------------|-------------|
| Diferidos | 10.460.000 | 5 | 2.092.000 | 174.333 |
| TOTAL | 10.460.000 | | 2.092.000 | 174.333 |

Fuente: autoras del proyecto

- **Gastos generales.** Los gastos generales comprenden los honorarios del asesor contable y nutricionista, los seguros del 1% sobre los muebles y enseres, el equipo de oficina; el mantenimiento el 5% de los activos, los gastos de cafetería y papelería, los servicios públicos del área administrativa: energía agua, gas y teléfono, la publicidad, entre otros gastos.

Cuadro 73. Mantenimiento de muebles enseres, equipo de oficina

| Activo | Valor del activo | Proporción % | Valor año \$ | Valor mes \$ |
|-------------------|-------------------|--------------|----------------|---------------|
| Muebles y enseres | 9.403.000 | 0,05 | 470.150 | 39.179 |
| Equipo de oficina | 7.705.000 | 0,05 | 385.250 | 32.104 |
| TOTAL | 17.108.000 | | 855.400 | 71.283 |

Fuente: autoras del proyecto

Cuadro 74. Seguros de muebles y enseres, equipo de oficina

| Activo | Valor del activo | Proporción % | Valor año \$ | Valor mes \$ |
|-------------------|-------------------|--------------|----------------|---------------|
| Muebles y enseres | 9.403.000 | 0,01 | 94.030 | 7.836 |
| Equipo de oficina | 7.705.000 | 0,01 | 77.050 | 6.421 |
| Total | 17.108.000 | | 171.080 | 14.257 |

Fuente: autoras del proyecto

Cuadro 75. Gastos generales

| Concepto | Valor mes \$ | Valor \$/año |
|--------------------------|------------------|-------------------|
| Honorarios Contador | 250.000 | 3.000.000 |
| Honorarios Nutricionista | 250.000 | 3.000.000 |
| Arriendo | 1.200.000 | 14.400.000 |
| Publicidad | 1.060.000 | 12.720.000 |
| Mantenimiento | 71.283 | 855.400 |
| Seguros | 14.257 | 171.080 |
| Servicios públicos | 120.000 | 1.440.000 |
| Papelería | 60.000 | 720.000 |
| Aseo y cafetería | 50.000 | 600.000 |
| Total | 3.075.540 | 36.906.480 |

Fuente: autoras del proyecto

➤ **Total gastos de administración.** De acuerdo a los cálculos anteriores se tiene que el valor por concepto de gastos de administración es \$5.888.91, para el primer mes de funcionamiento y un monto al año de \$70.667.000.

Cuadro 76. Total gastos de administración.

| Concepto | Valor \$ mes | Valor \$año |
|------------------|---------------------|--------------------|
| Nómina | 2.432.268 | 29.187.220 |
| Depreciación | 206.775 | 2.481.300 |
| Amortización | 174.333 | 2.092.000 |
| Gastos generales | 3.075.540 | 36.906.480 |
| Total | 5.888.917 | 70.667.000 |

Fuente: autoras del proyecto

➤ **Gastos financieros.** Corresponden a los intereses pagados por el crédito a banco Agrario. (Véase Cuadro 78)

Cuadro 77. Gastos financieros

| Concepto | mes 1 | Año 1 |
|-----------------|--------------|--------------|
| Intereses | 480.356 | 5.428.128 |
| Total | 480.356 | 5.428.128 |

Fuente: autoras del proyecto

Resumen de capital de trabajo. El correspondiente capital de trabajo esta conformado por el monto requerido a tener en banco y efectivo durante el primer mes por valor de \$18.287.313, descontado los valores correspondientes a depreciaciones, amortizaciones y prestaciones de ese periodo, por no generar salida de dinero en dicho periodo, donde se aprovisiona el valor que se requiere para costos del servicio, \$12.447.673, gastos de administración y ventas por un valor de \$5.359.283 y los gastos financieros, intereses del primer periodo por \$480.356. (Véase cuadro 79)

Cuadro 78. Capital de trabajo

| Concepto | Valor mes \$ |
|-----------------------------------|---------------------|
| Costos del servicio | 12.447.673 |
| Gastos de administración y ventas | 5.359.283 |
| Gastos financieros | 480.356 |
| Total | 18.287.313 |

Fuente: autoras del proyecto

5.1.4 Inversión total. Para la puesta en marcha y operación del restaurante de venta de almuerzos balanceados, requiere de una inversión total de \$70.224.482.

Cuadro 79. Inversión total

| DESCRIPCIÓN | VALOR (\$) |
|--------------------|------------|
| Inversión fija | 40.459.300 |
| Inversión diferida | 10.460.000 |
| Capital de trabajo | 18.287.313 |
| Total | 69.206.613 |

Fuente: autoras del proyecto

5.1.5 Fuentes de financiación. Para el montaje y puesta en marcha del proyecto se requiere de una inversión total de \$69.206.613, de los cuales los socios inversionistas interesados en su realización, aportaran en partes iguales un total de \$39.206.613, equivalente al 57% del total, de acuerdo con lo anterior, se ve la necesidad de tramitar un crédito bancario por la suma de \$30.000.000, representado en el 43% del monto de la inversión.

Cuadro 80. Fuentes de financiación

| Recursos | Valor \$ | % |
|------------------|------------|-----|
| Recursos crédito | 30.000.000 | 43 |
| Recursos propios | 39.206.613 | 57 |
| Total | 69.206.613 | 100 |

Fuente: autoras del proyecto

Estudiadas las diferentes fuentes de financiación se optó por tramitar un crédito ante el Banco Agrario, donde es funcionaria una de las autoras del proyecto, mediante un crédito especial, que se asumirá al momento de iniciar las actividades, el cual tiene las siguientes características:

Capital solicitado \$30.000.000

Tasa Nominal: 19,21%(Especial por ser trabajador del banco, a Junio de 2.009)

Plazo: 60 meses

Cuotas Variables Mensuales

Tasa de interés mensual del 1,60%

De acuerdo con las disposiciones de la entidad, la tabla de amortización se presenta en el siguiente cuadro.

Cuadro 81. Tabla amortización del crédito

| Nº cuota | Saldo capital. | Capital | Intereses | Seguro de vida | Valor cuota |
|----------|----------------|---------|-----------|----------------|-------------|
| 1 | 30.000.000 | 301.401 | 480.356 | 15.344 | 797.101 |
| 2 | 29.698.599 | 306.227 | 475.530 | 15.186 | 796.943 |
| 3 | 29.392.372 | 311.130 | 470.627 | 15.025 | 796.782 |
| 4 | 29.081.242 | 316.112 | 465.645 | 14.862 | 796.619 |
| 5 | 28.765.130 | 321.174 | 460.583 | 14.696 | 796.453 |
| 6 | 28.443.956 | 326.316 | 455.441 | 14.527 | 796.284 |
| 7 | 28.117.640 | 331.541 | 450.216 | 14.356 | 796.113 |
| 8 | 27.786.099 | 336.850 | 444.907 | 14.182 | 795.939 |
| 9 | 27.449.249 | 342.243 | 439.514 | 14.005 | 795.762 |
| 10 | 27.107.006 | 347.723 | 434.034 | 13.826 | 795.583 |
| 11 | 26.759.283 | 353.291 | 428.466 | 13.643 | 795.400 |
| 12 | 26.405.992 | 358.948 | 422.809 | 13.458 | 795.215 |
| 13 | 26.047.044 | 364.695 | 417.062 | 13.269 | 795.026 |
| 14 | 25.682.349 | 370.535 | 411.222 | 13.078 | 794.835 |
| 15 | 25.311.814 | 376.468 | 405.289 | 12.883 | 794.640 |
| 16 | 24.935.346 | 382.496 | 399.261 | 12.686 | 794.443 |
| 17 | 24.552.850 | 388.620 | 393.137 | 12.485 | 794.242 |
| 18 | 24.164.230 | 394.843 | 386.914 | 12.281 | 794.038 |
| 19 | 23.769.387 | 401.165 | 380.592 | 12.074 | 793.831 |
| 20 | 23.368.222 | 407.588 | 374.169 | 11.863 | 793.620 |
| 21 | 22.960.634 | 414.114 | 367.643 | 11.649 | 793.406 |
| 22 | 22.546.520 | 420.745 | 361.012 | 11.432 | 793.189 |
| 23 | 22.125.775 | 427.482 | 354.275 | 11.211 | 792.968 |
| 24 | 21.698.293 | 434.327 | 347.430 | 10.986 | 792.743 |

Continúa cuadro 81

| | | | | | |
|---------|------------|------------|------------|---------|------------|
| 25 | 21.263.966 | 441.281 | 340.476 | 10.758 | 792.515 |
| 26 | 20.822.685 | 448.347 | 333.410 | 10.527 | 792.284 |
| 27 | 20.374.338 | 455.526 | 326.231 | 10.291 | 792.048 |
| 28 | 19.918.812 | 462.820 | 318.937 | 10.052 | 791.809 |
| 29 | 19.455.992 | 470.230 | 311.527 | 9.809 | 791.566 |
| 30 | 18.985.762 | 477.759 | 303.998 | 9.562 | 791.319 |
| 31 | 18.508.003 | 485.409 | 296.348 | 9.312 | 791.069 |
| 32 | 18.022.594 | 493.182 | 288.575 | 9.057 | 790.814 |
| 33 | 17.529.412 | 501.078 | 280.679 | 8.798 | 790.555 |
| 34 | 17.028.334 | 509.102 | 272.655 | 8.535 | 790.292 |
| 35 | 16.519.232 | 517.253 | 264.504 | 8.268 | 790.025 |
| 36 | 16.001.979 | 525.535 | 256.222 | 7.996 | 789.753 |
| 37 | 15.476.444 | 533.950 | 247.807 | 7.720 | 789.477 |
| 38 | 14.942.494 | 542.500 | 239.257 | 7.440 | 789.197 |
| 39 | 14.399.994 | 551.186 | 230.571 | 7.155 | 788.912 |
| 40 | 13.848.808 | 560.012 | 221.745 | 6.866 | 788.623 |
| 41 | 13.288.796 | 568.979 | 212.778 | 6.572 | 788.329 |
| 42 | 12.719.817 | 578.089 | 203.668 | 6.273 | 788.030 |
| 43 | 12.141.728 | 587.345 | 194.412 | 5.970 | 787.727 |
| 44 | 11.554.383 | 596.750 | 185.007 | 5.661 | 787.418 |
| 45 | 10.957.633 | 606.305 | 175.452 | 5.348 | 787.105 |
| 46 | 10.351.328 | 616.013 | 165.744 | 5.030 | 786.787 |
| 47 | 9.735.315 | 625.876 | 155.881 | 4.707 | 786.464 |
| 48 | 9.109.439 | 635.898 | 145.859 | 4.378 | 786.135 |
| 49 | 8.473.541 | 646.080 | 135.677 | 4.044 | 785.801 |
| 50 | 7.827.461 | 656.425 | 125.332 | 3.705 | 785.462 |
| 51 | 7.171.036 | 666.935 | 114.822 | 3.360 | 785.117 |
| 52 | 6.504.101 | 677.614 | 104.143 | 3.010 | 784.767 |
| 53 | 5.826.487 | 688.464 | 93.293 | 2.655 | 784.412 |
| 54 | 5.138.023 | 699.488 | 82.269 | 2.293 | 784.050 |
| 55 | 4.438.535 | 710.688 | 71.069 | 1.926 | 783.683 |
| 56 | 3.727.847 | 722.067 | 59.690 | 1.553 | 783.310 |
| 57 | 3.005.780 | 733.629 | 48.128 | 1.174 | 782.931 |
| 58 | 2.272.151 | 745.376 | 36.381 | 789 | 782.546 |
| 59 | 1.526.775 | 757.310 | 24.447 | 398 | 782.155 |
| 60 | 769.465 | 769.465 | 12.321 | - | 781.786 |
| Totales | 0 | 30.000.000 | 16.905.449 | 529.999 | 47.435.448 |

Fuente: Banco Agrario, Bucaramanga Junio 2009

5.2 COSTOS

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

5.2.1 Costos fijos. Los costos fijos están compuestos por el valor que se incurre en los gastos administrativos y financieros, como, la nómina administrativa, la depreciación, la amortización de diferidos y los gastos generales sumados a los intereses con respecto al crédito bancario, entre otros costos y gastos.

Cuadro 82. Costos fijos

| Costos fijos | Almuerzos balanceados |
|---------------------------|------------------------------|
| Nómina | 29.187.220 |
| Depreciación | 2.481.300 |
| Amortización diferidos | 2.092.000 |
| Honorarios Contador | 3.000.000 |
| Honorarios Nutricionista | 3.000.000 |
| Arriendo | 14.400.000 |
| Publicidad | 12.720.000 |
| Mantenimiento | 855.400 |
| Seguros | 171.080 |
| Servicios públicos | 1.440.000 |
| Papelería | 720.000 |
| Aseo y cafetería | 600.000 |
| Mano de obra directa | 24.253.808 |
| Gastos financieros | 5.428.128 |
| Total costos fijos | 100.348.936 |

Fuente: autoras del proyecto

5.2.2 Costos variables. Están conformados por todos costos directos del servicio como son de las materias primas, insumos, depreciación y mantenimiento de maquinaria y equipo y seguros. (Véase cuadro 84)

Cuadro 83. Costos variables

| Costos variable | Almuerzos balanceados |
|------------------------|-----------------------|
| Materia primas | 123.727.566 |
| Insumos | 5.308.680 |
| Depreciación | 3.611.260 |
| Mantenimiento | 1.167.565 |
| Seguro | 105.900 |
| Total costos variables | 133.920.971 |

Fuente: autoras del proyecto

5.2.3 Costos totales. Los costos totales se calculan teniendo en cuenta la sumatoria de los costos fijos y los variables.

Cuadro 84. Costo total unitario

| Costos totales | Almuerzos balanceados |
|-----------------------|-----------------------|
| Costos fijos | 100.348.936 |
| Costos variables | 133.920.971 |
| Costos totales | 234.269.907 |
| Unidades | 46.800 |
| Costo unitario total | 5.006 |

Fuente: autoras del proyecto

5.2.4 Precio de venta. Para la determinación del precio de venta se tomo como base los costos promedios en que se incurren en la prestación del servicio de preparación y suministro de almuerzos balanceados, estimando para tal fin un precio promedio de acuerdo a sus costos unitarios más un margen de rentabilidad promedio del 10%, por cada plato.

Cuadro 85. Precios de venta

| Costos totales | Almuerzos balanceados |
|-----------------|-----------------------|
| Costo unitario | \$ 5.006 |
| Precio de venta | \$ 5.562 |

Fuente: autoras del proyecto

5.3 PRESUPUESTO DE EGRESOS E INGRESOS

Corresponde a todos los egresos en que incurrirá la empresa para el desarrollo de su objeto social, al igual que los ingresos que recibirá por sus ventas en el giro ordinario de sus labores:

Es importante recordarles que se trabajará con pesos constantes, es decir que se mantienen fijos los precios y costos y solo se estima los incrementos por concepto de aumento de capacidad año por año, para aquellas cuentas que tienen relación directa con la prestación del servicio, como son las materias primas, la mano de obra directa y los costos indirectos, cif, materiales indirectos e insumos principalmente.

5.3.1 Egresos. Comprenden: los costos del servicio, gastos de administración y los gastos financieros, proyectados a 5 años, considerado como horizonte de evaluación (Véase cuadros del 87 al 89)

Cuadro 86. Costos del servicio a cinco años

| Concepto | Valor Año 1 \$ | Valor Año 2 \$ | Valor Año 3 \$ | Valor Año 4 \$ | Valor Año 5 \$ |
|----------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Materias prima | 123.727.566 | 139.193.511 | 148.473.079 | 157.752.646 | 167.032.213 |
| Mano de obra directa | 24.253.808 | 27.406.803 | 29.325.279 | 31.084.796 | 32.949.884 |
| C.I.F | 10.193.405 | 11.518.548 | 12.324.846 | 13.064.337 | 13.848.197 |
| Total | 158.174.779 | 178.118.862 | 190.123.204 | 201.901.779 | 213.830.294 |

Fuente: autoras del proyecto

Cuadro 87. Gastos de administración y ventas a cinco años

| Concepto | Valor \$año 1 | Valor \$año 2 | Valor \$año 3 | Valor \$año 4 | Valor \$año 5 |
|------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Nómina | 29.187.220 | 29.187.220 | 29.187.220 | 29.187.220 | 29.187.220 |
| Depreciación | 2.481.300 | 2.481.300 | 2.481.300 | 2.481.300 | 2.481.300 |
| Amortización | 2.092.000 | 2.092.000 | 2.092.000 | 2.092.000 | 2.092.000 |
| Gastos generales | 36.906.480 | 36.906.480 | 36.906.480 | 36.906.480 | 36.906.480 |
| Total | 70.667.000 | 70.667.000 | 70.667.000 | 70.667.000 | 70.667.000 |

Fuente: autoras del proyecto

Cuadro 88. Gastos financieros a cinco años

| Concepto | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Intereses | 5.428.128 | 4.598.006 | 3.593.562 | 2.378.181 | 907.572 |
| Total | 5.428.128 | 4.598.006 | 3.593.562 | 2.378.181 | 907.572 |

Fuente: autoras del proyecto

5.3.2 Ingresos. Para la proyección de los ingresos se tiene en cuenta las unidades a comercializar y vender programadas para los cinco años de vida útil del proyecto, partiendo de las unidades presupuestadas año a año multiplicados por el precio de venta.

Cuadro 89. Ingresos por venta

| Año | Almuerzos año | Precio de venta | Total Ingresos \$ |
|------------|----------------------|------------------------|--------------------------|
| 2.010 | 46.800 | 5.562 | 260.299.896 |
| 2.011 | 52.650 | 5.562 | 292.837.383 |
| 2.012 | 56.160 | 5.562 | 312.359.875 |
| 2.013 | 59.670 | 5.562 | 331.882.368 |
| 2.014 | 63.180 | 5.562 | 351.404.860 |

Fuente: autoras del proyecto

5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es una herramienta básica con la cual se puede determinar el número de unidades mínimo a vender para que la empresa cubra sus costos y gastos. El punto de equilibrio, es denominado también el “punto muerto” donde se puede determinar el nivel de las ventas necesario para que la empresa cubra sus costos. El concepto de punto de equilibrio desarrolla una metodología para establecer una situación donde la empresa ni pierda ni gane dinero.

El punto de equilibrio se calcula matemáticamente, bajo la siguiente fórmula:

$$QP.E = \frac{CF}{PV - CVU} = \frac{\$100.348.936}{\$5.562 - \$2.862} = 37.161 \text{ almuerzos}$$

Donde:

CF = \$100.348.936

CVU = \$2.862

PV = \$5.562

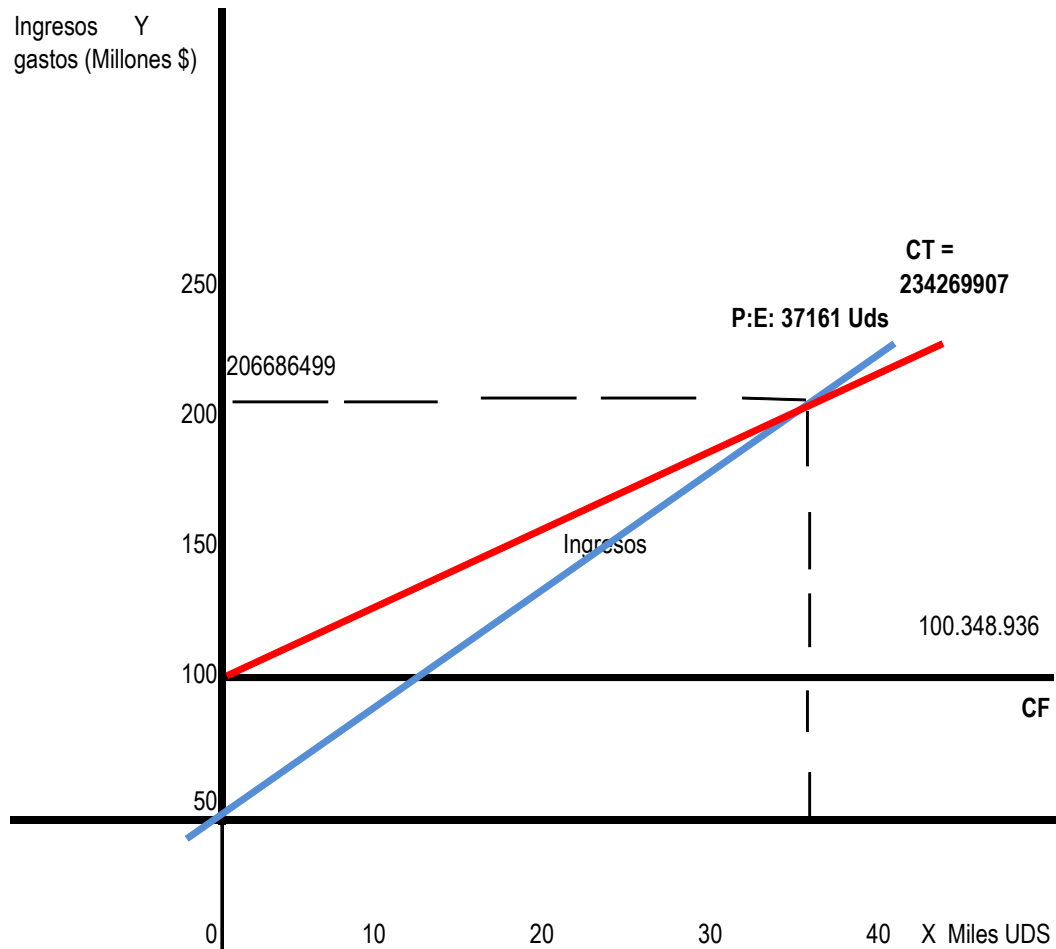
Lo anterior quiere decir que el restaurante “Yolhi”, debe vender un total de 37.161 almuerzos balanceados durante el primer año, para cubrir con sus costos y gastos totales, generando unas ventas aproximadamente de \$206.686.499. (Véase cuadro 91, figura 26)

Cuadro 90. Comprobación punto de equilibrio

| Concepto | Valor \$ |
|---|-----------------|
| Ingresos por ventas (37.161 x 5.562) | 206.686.499 |
| Menos Costos variables totales (37.161 x 2.862) | 106.337.562 |
| Margen de contribución | 100.348.936 |
| Menos costos fijos | 100.348.936 |
| Utilidad | 0.00 |

Fuente: autoras del proyecto

Figura 26. Punto de equilibrio



Fuente: autoras del proyecto

5.5 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

5.5.1 Estado de ganancias y pérdidas. Permite ver la utilidad obtenida por la empresa durante los cinco años proyectados. El estado de resultados sirve de base para la elaboración del balance general y para el cálculo de las razones financieras de rentabilidad.

Cuadro 91. Estado de ganancias y perdidas

| Concepto | Periodo 1 | Periodo 2 | Periodo 3 | Periodo 4 | Periodo 5 |
|-----------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Ingresos | | | | | |
| Ingresos por ventas | 260.299.896 | 292.837.383 | 312.359.875 | 331.882.368 | 351.404.860 |
| Tota Ingresos | 260.299.896 | 292.837.383 | 312.359.875 | 331.882.368 | 351.404.860 |
| Costos del servicio | 158.174.779 | 178.118.862 | 190.123.204 | 201.901.779 | 213.830.294 |
| Utilidad Marginal | 102.125.118 | 114.718.521 | 122.236.672 | 129.980.589 | 137.574.566 |
| Gastos de administración y ventas | 70.667.000 | 70.667.000 | 70.667.000 | 70.667.000 | 70.667.000 |
| Gastos Financieros | 5.428.128 | 4.598.006 | 3.593.562 | 2.378.181 | 907.572 |
| Utilidad antes de Imp. | 26.029.990 | 39.453.515 | 47.976.110 | 56.935.408 | 65.999.994 |
| Impuestos 33% | 8.589.897 | 13.019.660 | 15.832.116 | 18.788.685 | 21.779.998 |
| Utilidad Neta | 17.440.093 | 26.433.855 | 32.143.993 | 38.146.723 | 44.219.996 |
| Reserva legal 10% | 1.744.009 | 2.643.386 | 3.214.399 | 3.814.672 | 4.422.000 |
| Utilidad por distribuir | 15.696.084 | 23.790.470 | 28.929.594 | 34.332.051 | 39.797.996 |

Fuente: autoras del proyecto

5.5.2 Flujo de caja proyectado. Es la herramienta que presenta las entradas y salidas de efectivo en un período de tiempo determinado, sirve como referencia para la elaboración del balance general proyectado y es utilizado para el cálculo de las variables de evaluación financiera como el VPN y TIR.

Cuadro 92. Flujo de caja proyectado

| Concepto | Año 0 | Periodo 1 | Periodo 2 | Periodo 3 | Periodo 4 | Periodo 5 |
|---|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Entradas | | | | | | |
| Efectivo | | | | | | |
| Ingresos por ventas | - | 260.299.896 | 292.837.383 | 312.359.875 | 331.882.368 | 351.404.860 |
| Aporte de socios | 39.206.613 | | | | | |
| Crédito | 30.000.000 | | | | | |
| Total de Entradas | 69.206.613 | 260.299.896 | 292.837.383 | 312.359.875 | 331.882.368 | 351.404.860 |
| Salidas | | | | | | |
| Maquinaria y equipos | 10.590.000 | | | | | |
| Muebles y enseres | 9.403.000 | | | | | |
| Equipo de oficina | 7.705.000 | | | | | |
| Utensilios | 12.761.300 | | | | | |
| Total inversión fija | 40.459.300 | | | | | |
| Diferidos | 10.460.000 | | | | | |
| Costos de producción | - | 158.174.779 | 178.118.862 | 190.123.204 | 201.901.779 | 213.830.294 |
| Gastos de administración | | 70.667.000 | 70.667.000 | 70.667.000 | 70.667.000 | 70.667.000 |
| Gastos Financieros | | 5.428.128 | 4.598.006 | 3.593.562 | 2.378.181 | 907.572 |
| Impuesto renta | | 8.589.897 | 13.019.660 | 15.832.116 | 18.788.685 | 21.779.998 |
| Reserva legal | | 1.744.009 | 2.643.386 | 3.214.399 | 3.814.672 | 4.422.000 |
| Total salidas | 50.919.300 | 244.603.812 | 269.046.913 | 283.430.281 | 297.550.317 | 311.606.864 |
| Saldo (Entradas - salidas) | 18.287.313 | 15.696.084 | 23.790.470 | 28.929.594 | 34.332.051 | 39.797.996 |
| Más depreciación | | 6.092.560 | 6.092.560 | 6.092.560 | 6.092.560 | 6.092.560 |
| Más Amortización diferidos | | 2.092.000 | 2.092.000 | 2.092.000 | 2.092.000 | 2.092.000 |
| Más Reserva legal | | 1.744.009 | 2.643.386 | 3.214.399 | 3.814.672 | 4.422.000 |
| Menos pago a Principal | | 3.952.956 | 4.783.078 | 5.787.522 | 7.002.903 | 8.473.541 |
| Total saldo neto | 18.287.313 | 21.671.697 | 29.835.337 | 34.541.031 | 39.328.380 | 43.931.015 |
| Recuperación de inversión | | | | | | 39.206.613 |
| Inversión residual de activos(Valor de salvamento) | | | | | | 9.996.500 |
| Total flujo neto | | 21.671.697 | 29.835.337 | 34.541.031 | 39.328.380 | 93.134.127 |
| Saldo Inicial | | 18.287.313 | 39.959.010 | 69.794.347 | 104.335.378 | 143.663.758 |
| Saldo Final | 18.287.313 | 39.959.010 | 69.794.347 | 104.335.378 | 143.663.758 | 187.594.773 |

Fuente: autoras del proyecto

5.5.3 Balance general proyectado. Este informa en una fecha determinada la situación financiera de la empresa, presentando en forma clara el valor de sus propiedades y derechos, sus obligaciones y su capital. Para este proyecto se elaboró este balance general inicial y para el primer año de vida del proyecto.

Cuadro 93. Balance general inicial y primer año

| Concepto | Año 0 | Periodo 1 |
|---|-------------------|-------------------|
| ACTIVOS | | |
| Activo corriente | | |
| Caja y Bancos | 18.287.313 | 39.959.010 |
| Total activo corriente | 18.287.313 | 39.959.010 |
| ACTIVO FIJO | | |
| Maquinaria y equipos | 10.590.000 | 10.590.000 |
| Muebles y enseres | 9.403.000 | 9.403.000 |
| Equipo de oficina | 7.705.000 | 7.705.000 |
| Utensilios | 12.761.300 | 12.761.300 |
| Total inversión fija | 40.459.300 | 40.459.300 |
| Menos Depreciación. Acumulada. | | 6.092.560 |
| Total activo fijo | 40.459.300 | 34.366.740 |
| Diferidos | 10.460.000 | 10.460.000 |
| Menos Amortización diferidos acumulada. | | 2.092.000 |
| Total Activos diferidos | 10.460.000 | 8.368.000 |
| TOTAL ACTIVOS | 69.206.613 | 82.693.750 |
| PASIVOS | | |
| PASIVO CORRIENTE | | |
| Obligaciones a corto plazo | 3.952.956 | 4.783.078 |
| Total pasivo corriente | 3.952.956 | 4.783.078 |
| Pasivo no corriente | | |
| Obligaciones a largo plazo | 26.047.044 | 21.263.966 |
| Total pasivo no corriente | 26.047.044 | 21.263.966 |
| Total Pasivos | 30.000.000 | 26.047.044 |
| Patrimonio | | |
| Aporte de socios | 39.206.613 | 39.206.613 |
| Reserva legal | | 1.744.009 |
| Utilidades del ejercicio | | 15.696.084 |
| Utilidades del ejercicio anteriores | | |
| PATRIMONIO | 39.206.613 | 56.646.706 |
| Total (Pasivo Patrimonio) | 69.206.613 | 82.693.750 |

Fuente: autoras del proyecto

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1 IMPACTO SOCIAL

La economía tiene su fundamento en la búsqueda de alternativas para generar riqueza en el logro de condiciones plenas de calidad de vida. El desarrollo humano significa el desarrollo de las personas, para las personas y por las personas como lo señalan los programas de cada país.

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

La empresa de servicios de preparación y suministro de almuerzos balanceados “Restaurante Yolhi” para los funcionarios de las entidades públicas y privadas de la zona centro del sector de la comuna XV de Bucaramanga, quiere participar en el desarrollo económico de la región en la generación de empleo desarrollando un modelo de administración en la cual el trabajador determine su sentido de pertenencia y compromiso con la empresa; proporcionando no sólo capacidad intelectual sino también social y espiritual fortaleciendo su diligencia profesional

La creación de “Restaurante Yolhi S.A.S.” implica el desarrollo económico del sector, bienestar de todos los trabajadores, comunidad residente y flotante del sector de la comuna XV; una opción viable y rentable para futuros inversionistas, dedicados a la producción y comercialización de alimentos.

En el corto plazo se busca mantener empleos actuales y contribuir a disminuir el desempleo del municipio al generar directamente 4 y 2 adicionales por honorarios, como es el caso de la Nutricionista y el asesor contable.

Indirectamente, generará empleos de los proveedores, de “Restaurante Yolhi, al integrar y desarrollar el comercio de bienes y servicios de la región involucrada en el presente proyecto.

Al entrar en la cadena de valor como ente intermediario busca aumentar los beneficios, tanto de los funcionarios del sector de la comuna XV, como de la comunidad al encontrar un excelente servicio, productos de calidad, balanceados y nutricionales que contribuirá con la salud y desarrollo, los cuales se trasladarán a los proveedores e inversionistas que serán los principales participes del desarrollo del proyecto, en pro del mejoramiento de la calidad de vida.

Para el municipio departamento y la nación, se ve igualmente favorecida, en la medida en que la empresa genere altos rendimientos, éstos se irán a ver reflejados en contribuciones directas al fisco como el caso del IVA, rete fuente, impuesto de renta, donde son utilizados para infraestructura, desarrollo social, seguridad nacional y demás programas, incursos en los planes de desarrollo, beneficiando en últimas a la población en general

6.2 EVALUACION AMBIENTAL

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

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

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

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

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

Paisaje. El proyecto no afectará el paisaje del sector.

Áreas de riesgo: Actualmente en la zona no genera riesgo

6.2.1 Diagnóstico. Para los puntos de venta de restaurante se debe evaluar los siguientes aspectos, Manejo de residuos y desechos sólidos, el ambiente, y el manejo de aguas residuales.

Manejos de residuos y desechos sólidos: Con respecto a éste numeral, son muchos los residuos producidos por la elaboración y comercialización de alimentos. Para el caso del restaurante, lo relacionando a sobrantes de comida, desechables y servilletas lo referente a desechos orgánicos producto de la pelada de los tubérculos, vegetales y frutas, igualmente los desechos de comida,

Con respecto al ambiente, como olores profundos de comidas, calor por la vaporización de la preparación y cocción de alimentos, humos y ruido producto por la ambientación del lugar en cuanto a televisión y sonido

El tratamiento de aguas, no genera mayor impacto, ya que éstos van a parar a la red de alcantarillado local.

6.2.2 Mitigación de impactos. En este tipo de proyectos y actividades resulta importante crear programas de reciclaje y clasificación de manejo de residuos sólidos y orgánicos, contando para ellos recipiente, de colores que permita clasificar lo desechos por sobrantes, envases, plásticos y desechables

Con relación a olores, se contará con un excelente filtro de olores extractores de humos y excelente ventilación

En el ámbito de ambiente, el ruido se controlará a bajos decibeles, buena iluminación, áreas libres y limpieza en mesas y sillas dispuestas para la prestación de los diferentes servicios.

6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

6.3.1 Valor Presente Neto. “Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos netos actualizados, descontados a la inversión inicial”¹⁹

Se considera como la verdadera utilidad marginal del capital que resulta de la diferencia entre ingresos y egresos o excedentes netos, situada en el presente.

Para efectos de evaluación financiera se parte de una Tasa mínima atractiva de retorno, TMAR, que es lo que espera le rinda su inversión comparada con las tasas o índices ofrecidos por el mercado bursátil o entidades financieras o terceros

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

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

Donde:

TI: Inflación de 2.008 7,67%

TR: Se toma como tasa de riesgo el 10%,

Además, las compañías de financiación calculan el nivel de riesgo de la empresa solicitante, de acuerdo con ese flujo de caja, con el fin de determinar los montos y plazos adecuados para cada financiación. Según estas mismas variables, se definen los puntos básicos que han de sumarse a la tasa DTF, para así obtener la tasa de financiación del crédito²⁰

$$TMAR = ((1,0767) \times (1,10)) - 1 \times 100 = 18,437\%$$

$$TMAR = (18,437 \times 0,57) + (0,43 \times (19,21 \times (1 - 0,33)))$$

¹⁹ Gabriel Baca Urbina, Evaluación de proyectos, Mac graw hill, quinta edición, 2.008. pág 181

²⁰ <http://www.revistaalimentos.com.co/ediciones/edicion3/finanzas/mas-barato-comprar-por-leasing.htm>

TMAR = 16,043%

Dado que el análisis se hace con pesos constantes se procede a deflactar la TMAR, sin los efectos inflacionarios, a través del siguiente procedimiento.

TMAR deflactada:

$$\text{TMAR} = \frac{(1 + \text{TMAR})}{(1 + \text{TI})} - 1 * 100 = \frac{1,16043}{1,0767} - 1 \times 100 = 7,78\%$$

El valor presente neto se calcula a partir de los resultados obtenidos año tras año durante la vida útil del proyecto, teniendo en cuenta la inversión inicial en el año base, la tasa mínima aceptable de rendimiento de los inversionistas es del 7,78% anual sin tener en cuenta la inflación por trabajar pesos constantes en los flujos netos actualizados. Las utilidades netas actualizadas, resulta de traer a pesos de hoy los excedentes estimados en los cinco años de vida del proyecto, para determinar el valor del proyecto con el costo de capital a pesos constantes (Véase cuadro 95)

Cuadro 94. Valor presente neto. VPN.

| Periodo | Inversión | Flujos Netos | Factor de | Flujos Netos | VPN |
|--------------|------------|----------------|---------------|--------------|--------------|
| | | Sin Actualizar | Actualización | Actualizados | Actualizados |
| | | | (1+i) | | |
| 0 | 69.206.613 | - | (1+0,0778) | | -69.206.613 |
| 1 | | 21.671.697 | 0,9278 | 20.107.001 | 20.107.001 |
| 2 | | 29.835.337 | 0,8608 | 25.682.258 | 25.682.258 |
| 3 | | 34.541.031 | 0,7987 | 27.587.922 | 27.587.922 |
| 4 | | 39.328.380 | 0,7410 | 29.142.330 | 29.142.330 |
| 5 | | 93.134.127 | 0,6876 | 64.039.026 | 64.039.026 |
| Total | | 218.510.573 | | 166.558.536 | 97.351.924 |

Fuente: autoras del proyecto

VPN = Fondos Netos Actualizados - Inversión

$$VPN = \sum (EXN) (1+i)^{-t} - K(1+i)^{-t}$$

$$VPN = \$166.558.536 - \$69.206.613$$

$$\mathbf{VPN = \$97.351.924}$$

El VPN de **\$97.351.924**, al ser superior a cero (0), se concluye que el proyecto es rentable y conveniente para su futura puesta en marcha. Valor relativamente alto si se tiene en cuenta que los excedentes netos no se distribuyen y se van reinvierten en el desarrollo mismo del proyecto, año tras año.

6.3.2 Tasa Interna de Retorno (TIR).²¹ La TIR es aquella tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a la inversión aproximadamente y su utilidad sea igual a cero o en otros términos que iguale la suma de los flujos netos descontada la inversión inicial.

Formula:

$$T.I.R. = \sum (FNE) (1+r)^{-t} - k (1+r)^{-t}$$

r = Tasa Interna de Retorno

F.N.E.= Flujos netos de efectivo

K = Inversión

t = Período de años 1, 2, 3, 4, 5.

La tasa estimada y aproximada donde se alcanza que los flujos netos de efectivo actualizados sean aproximadamente igual a la inversión total de \$69.206.613 es del 41,1%, reflejando que por cada peso invertido en la preparación y suministro de almuerzos balanceados, retorna \$0,411, siempre y cuando las utilidades no se repartan y se vuelvan a reinvertir en el proyecto.

²¹ Op cit. Gabriel Baca Urbina, Evaluación de proyectos, Mac graw hill, quinta edición, 2.008. pág 183

La tasa del 41,1%, comparada con la tasa mínima de retorno de los inversionistas, (TMAR) del 7,78%, y de los indicadores del mercado financiero como de las diferentes variables económicas es relativamente superior, por tanto se concluye que el proyecto es rentable desde el punto de vista financiero y conveniente para su futura ejecución.(Véase cuadro 96)

Cuadro 95. Tasa Interna de Retorno (T. I. R.).

| Periodo | Inversión | Flujos Netos | Factor de | Flujos Netos | Flujos Netos |
|--------------|------------|--------------|---------------|--------------|--------------|
| | | | Actualización | Actualizados | actualizados |
| | | | (1+r) | | |
| 0 | 69.206.613 | - 69.206.613 | | | - 69.206.613 |
| 1 | | 21.671.697 | 0,7087 | 15.358.732 | 15.358.732 |
| 2 | | 29.835.337 | 0,5022 | 14.983.306 | 14.983.306 |
| 3 | | 34.541.031 | 0,3559 | 12.293.153 | 12.293.153 |
| 4 | | 39.328.380 | 0,2522 | 9.918.617 | 9.918.617 |
| 5 | | 93.134.127 | 0,1788 | 16.652.382 | 16.652.382 |
| Total | | | | 69.206.191 | - 422 |

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 actualizados a una tasa de 7,78%.

El periodo de tiempo donde la inversión total de \$69.206.613, se recuperará es aproximadamente de 2 años, 10 meses y 6 días aproximadamente, tiempo relativamente corto dada la inversión, sin embargo esto se daría siempre y cuando se reinvirtieran los excedentes netos año tras año en el desarrollo del proyecto y no hubiese redistribución de los mismos.

12 27.587.921,75
X - 23.417.353,75

$$\begin{array}{rcl}
 X = & - & 10,19 \\
 & & \\
 & 1 & 30 \\
 & 0,19 & X \\
 X = & & 5,7
 \end{array}$$


Cuadro 96. Periodo de recuperación

| Periodo | Inversión | Flujos Netos | Saldos |
|---------|------------|--------------|--------------|
| | | Actualizados | |
| 0 | 69.206.613 | | (69.206.613) |
| 1 | | 20.107.001 | (49.099.612) |
| 2 | | 25.682.258 | (23.417.354) |
| 3 | | 27.587.922 | 4.170.568 |

Fuente: autoras del proyecto

6.3.4 Análisis de las razones financiera. ²²Los bloques de razones financieras que se tomarán como base para el análisis son las siguientes:

- ❖ Bloque de razones de liquidez
- ❖ Bloque de razones de endeudamiento
- ❖ Bloque de razones de actividad
- ❖ Bloque de razones de rentabilidad

 **Bloque de razones de liquidez.** Miden la capacidad de la empresa de generar recursos para atender sus compromisos corrientes o de cortos plazos, tanto operativos como financieros.

²² Administración financiera I, Insed, primera edición 1.996, pág13

❖ **Razón corriente.** Se obtiene dividiendo los activos corrientes sobre los pasivos corrientes (Véase cuadro 98)

Cuadro 97. Razón Corriente

| AÑO 1 % | AÑO 2 % | AÑO 3 % | AÑO 4 % | AÑO 5 % |
|---------|---------|---------|---------|---------|
| 8,35 | 12,06 | 14,90 | 16,95 | 0,00 |

Fuente: autoras del proyecto

Por cada peso \$1 que la empresa “Restaurantes Yolhi”, debe en el corto plazo, posee \$8,35, representados en activos corrientes, para afrontar sus compromisos, en un corto plazo.

🚦 **Bloque de razones de endeudamiento.** Se entiende como aquella actividad en la cual la empresa usa dineros suministrados por terceras personas con fines de financiar la empresa y producir más utilidades.

❖ **Nivel de endeudamiento.** Indica el porcentaje de participación de los acreedores dentro de la empresa. Se determina dividiendo los pasivos totales por los activos totales (Véase cuadro 99)


Cuadro 98. Nivel de endeudamiento

| AÑO 1 % | AÑO 2 % | AÑO 3 % | AÑO 4 % | AÑO 5 % |
|---------|---------|---------|---------|---------|
| 31,50 | 20,38 | 11,84 | 5,24 | 0,00 |

Fuente: autoras del proyecto

Al finalizar el primer periodo contable, la razón indica que por cada peso que la empresa tiene invertidos en activos el 0,315 queda como remanente de la financiación de los acreedores, en otras palabras los acreedores (Banco) son dueños del 31,5% 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.

 **Bloque de razones de actividad.** Este bloque es denominado de actividad o de rotación, mide la efectividad con que la empresa está usando sus recursos. La efectividad está medida por la generación de liquidez de ciertas cuentas específicas con fines de pagar las obligaciones a medida que lleguen los vencimientos.


❖ **Rotación de activos totales.** Corresponden a los activos totales sin descontar la depreciación, se calcula dividiendo las ventas en los activos totales brutos (Véase cuadro 100)

Cuadro 99. Rotación de activos totales

| AÑO 1 % | AÑO 2 % | AÑO 3 % | AÑO 4 % | AÑO 5 % |
|---------|---------|---------|---------|---------|
| 3,15 | 2,81 | 2,39 | 2,05 | 1,78 |

Fuente: autoras del proyecto

La rotación de los activos totales de la empresa para el año 1 fue de 3,15 veces otra interpretación es que por cada peso que se tiene invertido en activos se generaron unas ventas de \$3,15. Se observa en los siguientes años, que disminuye la rotación de sus activos llegando al 5 año a 1,78 veces, debido a que se a descontando la depreciación acumulada.

 **Bloque de razones de rentabilidad.** La aplicación de este bloque da la idea de la efectividad de la efectividad de la administración para tener control sobre los costos y gastos y convertir las ventas en utilidades.

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

❖ **Margen bruto de ganancias.** Es decir, la utilidad bruta dividida por las ventas netas.

Cuadro 100. Margen bruto de ganancias

| AÑO 1 % | AÑO 2 % | AÑO 3 % | AÑO 4 % | AÑO 5 % |
|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 10,00 | 13,47 | 15,36 | 17,16 | 18,78 |

Fuente: autoras del proyecto

Para le primer años 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%, alcanzando un 18,78% en el quinto año, el cual es conveniente.

❖ **Margen neto de ganancias.** Este se calcula dividiendo la utilidad neta por las ventas netas (Véase cuadro 102)

Cuadro 101. Margen neto de ganancias

| AÑO 1 % | AÑO 2 % | AÑO 3 % | AÑO 4 % | AÑO 5 % |
|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 6,70 | 9,03 | 10,29 | 11,49 | 12,58 |

Fuente: autoras del proyecto

Esta razón muestra un margen aceptable de utilidad después de haber realizado todas las erogaciones sobre las ventas. Para el primer año la utilidad neta es del 6,70% lo que demuestra que por cada peso vendido la empresa ganó \$0,670 pesos. A medida que suben las ventas y bajan los gastos, tanto administrativos como financieros se incrementa el nivel de ganancia hasta alcanzar en el quinto año un 12,58% de utilidad neta.

CONCLUSIONES

- Comercialmente Restaurante Yolhi, logro precisar que para el restaurante especializado de comida balanceada existe una demanda efectiva insatisfecha de 36.249, almuerzos, potencial claramente definido, al realizar la relación de la demanda actual y futura frente a la competencia existente en el mercado de la comuna XV de Bucaramanga, donde se observa las grandes posibilidades que tiene el proyecto de entrar a cubrir y satisfacer. El precio que estaría dispuestos a pagar por un plato balanceado y especializado para dietas, manifestaron que en promedio cancelarían un total de \$5.333

- Restaurante “Yolhi iniciará actividad con la logística y capacidad de elaborar y vender un total de 46.800 almuerzos al año, equivalente al 66% de capacidad instalada, con el 50% de ocupación promedio, el cual atenderá el 36% de demanda total del sector de la comuna XV de Bucaramanga. De acuerdo a las tres zonas establecidas para la selección óptima del restaurante, la de mayor calificación ponderada es la zona B, de la calle 35 No. 12-09

- La empresa Restaurante “Yolhi”, para alcanzar las metas propuestas, llevará a cabo los planes y hacer posible que las personas trabajen efectivamente, para lo cual el tipo de organización de restaurante pertenecerá a las sociedades privadas, constituyéndose como una empresa de responsabilidad limitada.

- Desde el punto de vista social, el proyecto generará en el corto plazo un total de 6 empleos directos y por honorarios y en el mediano plazo generará nuevos empleos indirectos contribuyendo a elevar la calidad de vida de los que intervienen en la cadena de alimentos, productores, proveedores de insumos y materias primas y fundamentalmente a la comunidad en general.

- Financieramente el proyecto de la creación y puesta en marcha de un restaurante especializado en almuerzos balanceados para trabajadores de entidades públicas y privadas de la comuna XV del centro de Bucaramanga, se comprobaron cifras palpables y concluyentes que para una inversión relativamente baja de \$69.206.613, dio un VPN de \$97.351.924, superior a cero y una TIR de 41,1% y deflactada dará una tasa real del 31,05%, que comparadas con la tasa mínima de retorno de los inversionistas, (TMAR) del 7,78%, y de los indicadores del mercado financiero, como de las diferentes variables económicas es relativamente superior, por tanto se concluye que el proyecto es rentable desde el punto de vista financiero y conveniente para su futura ejecución.

- Realizado el análisis de la información de los diferentes estudios, mercados, técnico, administrativo y financiero, el proyecto “Factibilidad para la creación de un Restaurante especializado en alimentación balanceada en la comuna XV de Bucaramanga”, es viable, factible y rentable, y por lo tanto conveniente para su futuro montaje.

RECOMENDACIONES

- ❖ Se recomienda que se apoye a la industria local, comercializadores y productores de la región, comprándoles todos los productos generados por la región tanto en el suministro de víveres y abarrotes y demás alimentos y productos que serán utilizados en la elaboración de almuerzos balanceados del restaurante.

- ❖ Se recomienda que el personal necesario para la puesta en marcha de la nueva unidad de negocio, pertenezca a la zona, y de esta forma contribuir a bajar los índices de desempleo, aportando al progreso y mejoramiento en la calidad de vida.

- ❖ Es recomendable capacitar permanentemente, a los integrantes de la empresa sobre la manipulación de alimentos altamente perecederos, como es el caso de frutas y verduras, carnes entre otros, par evitar malos manejos y daños en el producto final que ocasionen pérdidas a la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

Alcaldía de Bucaramanga, Secretaría de Salud y Medio ambiente, Diagnóstico de salud del Municipio de Bucaramanga, año 2006.

BACA Urbina, Gabriel. Evaluación de proyectos V edición, Págs.: 7, 8, 9, 10–2.003

Base de datos centro de información Bavaria Bucaramanga. 2.008

Cámara de Comercio. Cálculos Comité Operativo Plan de Ordenamiento territorial de Bucaramanga.

Edición especial de la Revista del Observatorio de Salud Pública de Santander, año 2, Número 2- ISSN-1052, ISSN 1909-1052. Año 2006, Págs. 35 y 36.

GONZÁLEZ de Pablo Alberto "La significación de la alimentación en el proceso de civilización", Revista de la Sociedad Argentina de Nutrición, 1994 v. 5 n° 4.

HERRAN F, Oscar Fernando, PRADA G, Gloria Esperanza y QUINTERO L, Doris Cristina. INGESTA USUAL DE VITAMINAS Y MINERALES EN BUCARAMANGA, COLOMBIA. *Rev. chil. nutr.* [online]. mar. 2007, vol.34, no.1 p.35-44

Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y Pro familia, 2005

Investigación integral de mercados, José Nicolás Jany Castos. Decisiones son incertidumbre. Mc Graw Hill. 2.005

Marketing. Versión para Latinoamérica. Philip Kotler, Gary Armstrong. Décimo primera edición. Pearson. 2.007

MENDEZ, Carlos E. Metodología diseño y desarrollo del proceso reinvestigación; Pág.103, 106, 107.

MENDEZ Sánchez, Nahum, URIBE, Misael. Obesidad. Epidemiología, fisiopatología y manifestaciones clínicas. Editorial El Manual Moderno. México. D.F – Santafé de Bogotá. Pág. 75.

Mercadotecnia. Laura Fischer y Jorge Espejo. Mc. Graw Hill. 2.004

Plan de ordenamiento territorial del municipio de Bucaramanga, Documento diagnóstico. Pág.: 316

Plan de Desarrollo 2008 – 2011 “Bucaramanga” Una Empresa de Todos

Plan de ordenamiento territorial del municipio de Bucaramanga, Documento diagnóstico. Pág.: 308

Plan de ordenamiento territorial del municipio de Bucaramanga, Documento diagnóstico. Pág.: 309

Portafolio de Agosto 20 de 2008. Pág.3 negocios

Proyecto “Factibilidad para la creación de una cafetería de productos dietéticos en la ciudad de Bucaramanga

Autores: Hernández Silva Pablo; Prada Suárez Deyanira.

Trabajo de grado Universidad Industrial de Santander, año 2007.

Proyecto Núcleo Integrador, Universidad Pontificia Bolivariana.

Ingeniería Industrial, Piedecuesta de 2007.

WEBGRAFÍA

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

<http://colombiamedica.univalle.edu.co/Vol36No2/cm36n2a5.htm> - 47k –

mailxmail.com/curso/vida/establecerrestaurante/capitulo2.htm

<http://www.bucaramanga.com/ciudad/datos.htm>

http://www.colombialink.com/01_INDEX/index_turismo/destinos/bucaramanga.html

<http://www.elfrente.com.co>

<http://www.icesi.edu.co/biblioteca/lists/titulos>: recuperado el 8-05-2008

<http://www.bucaramanga.com/ciudad/datos.htm> -

<http://www.revistalabarra.com.co/larevista/edicion-21/negocios-4/hoteles-y-restaurantes>

<http://www.camaradirecta.com/webccb/temas/indicadoresantander/default.htm>

http://www.pymesetb.com/detalle_noticia.asp?id_not=3390

http://www.larepublica.com.co/especiales/pdf/res_2006/estudio_res_2006.pdf

Anexo A. Primeras causas de morbilidad atendida en población adulta del servicio de Consulta externa. Bucaramanga 2005

| DESCRIPCION | Contributivo | | Femenino Subsidiado | | Vinculado | | Contributivo | | Masculino Subsidiado | | Vinculado | | Total | | |
|--|--------------|---------------|---------------------|---------------|-------------|---------------|--------------|---------------|----------------------|---------------|------------|---------------|--------------|---------------|--------|
| | No. | % | No. | % | No. | % | No. | % | No. | % | No. | % | No. | % | |
| Hipertensión esencial (primaria) | 40682 | 18,13% | 6502 | 16,56% | 1728 | 16,02% | 25925 | 24,85% | 227 | 8 | 28,72% | 686 | 27,75% | 77801 | 19,99% |
| Caries dental | 19547 | 8,71% | 2287 | 5,83% | 812 | 7,53% | 13741 | 13,17% | 108 | 0 | 13,61% | 286 | 11,57% | 37753 | 9,70% |
| Atención para la anticoncepción | 15218 | 6,78% | 1213 | 0 | 30,90% | 1532 | 14,20% | 931 | 0,89% | 91 | 1,15% | 37 | 1,50% | 29939 | 7,69% |
| Supervisión de embarazo | 20201 | 9,00% | 2872 | 7,32% | 1050 | 9,73% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | 24123 | 6,20% | |
| Trastornos de la acomodación y de la refracción | 13368 | 5,96% | 534 | 1,36% | 104 | 0,96% | 8153 | 7,82% | 281 | 3,54% | 62 | 2,51% | 22502 | 5,78% | |
| Trastornos del metabolismo de las lipoproteínas y otras lipidemias | 11929 | 5,32% | 993 | 2,53% | 359 | 3,33% | 8693 | 8,33% | 336 | 4,24% | 141 | 5,70% | 22451 | 5,77% | |
| Diabetes mellitus | 10393 | 4,63% | 1284 | 3,27% | 519 | 4,81% | 8479 | 8,13% | 445 | 5,61% | 236 | 9,55% | 21356 | 5,49% | |
| Gastritis y duodenitis | 10396 | 4,63% | 1310 | 3,34% | 433 | 4,01% | 4873 | 4,67% | 378 | 4,76% | 173 | 7,00% | 17563 | 4,51% | |
| Lumbago | 8469 | 3,77% | 1238 | 3,15% | 451 | 4,18% | 6566 | 6,29% | 591 | 7,45% | 174 | 7,04% | 17489 | 4,49% | |
| Helminthiasis y parasitosis intestinal, sin otra especificación | 6195 | 2,76% | 1550 | 3,95% | 442 | 4,10% | 5073 | 4,86% | 792 | 9,98% | 170 | 6,88% | 14222 | 3,65% | |
| Infección de vías urinarias, sitio no especificado | 8557 | 3,81% | 1476 | 3,76% | 522 | 4,84% | 2641 | 2,53% | 261 | 3,29% | 95 | 3,84% | 13552 | 3,48% | |
| Examen médico general | 6892 | 3,07% | 1317 | 3,36% | 475 | 4,40% | 3868 | 3,71% | 437 | 5,51% | 148 | 5,99% | 13137 | 3,38% | |
| Vaginitis y vulvitis | 10411 | 4,64% | 1097 | 2,79% | 464 | 4,30% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | 11972 | 3,08% | |
| Examen de pesquisa especial para enfermedades no infecciosas ni tumores. | 7355 | 3,28% | 37 | 0,09% | 32 | 0,30% | 3861 | 3,70% | 18 | 0,23% | 17 | 0,69% | 11320 | 2,91% | |
| Faringitis y amigdalitis aguda | 6245 | 2,78% | 602 | 1,53% | 210 | 1,95% | 3692 | 3,54% | 264 | 3,33% | 59 | 2,39% | 11072 | 2,85% | |
| Dermatitis | 6060 | 2,70% | 438 | 1,12% | 156 | 1,45% | 3666 | 3,51% | 185 | 2,33% | 73 | 2,95% | 10578 | 2,72% | |
| Embarazo confirmado | 6205 | 2,76% | 1460 | 3,72% | 729 | 6,76% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | 8394 | 2,16% | |
| Migraña y otros síndromes de cefalea | 5790 | 2,58% | 564 | 1,44% | 261 | 2,42% | 1629 | 1,56% | 106 | 1,34% | 34 | 1,38% | 8384 | 2,15% | |
| Rinofaringitis aguda (resfriado común) | 3834 | 1,71% | 920 | 2,34% | 205 | 1,90% | 2522 | 2,42% | 390 | 4,92% | 81 | 3,28% | 7952 | 2,04% | |
| Trastornos de la menstruación | 6666 | 2,97% | 642 | 1,64% | 303 | 2,81% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | 7611 | 1,96% | |
| Total general | 22441 | 100,00 | 3925 | 100,00 | 1078 | 100,00 | 10431 | 100,00 | 793 | 100,00 | 247 | 100,00 | 38917 | 100,00 | |
| | 3 | % | 3 | % | 7 | % | 3 | % | 3 | % | 2 | % | 1 | % | |

Fuente: Diagnóstico de salud del Municipio de Bucaramanga, año 2006.

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

**Anexo B. Encuesta dirigida a los empleados de las empresas de los barrios
Centro y García Rovira de Bucaramanga.**

Objetivo: Realizar una investigación de mercados que permita recopilar información relacionada con los hábitos, nivel de conocimiento, necesidades, nivel de aceptación y actitud de compra de los trabajadores de las empresas de los barrios del centro y García Rovira, frente a los almuerzos balanceados y/o dietas dirigidas en el sector de la comuna XV de Bucaramanga.

Nombres: _____

Apellidos: _____

Empresa: _____

Cargo _____

Teléfono _____

1- Edad (15 a 25) _____ (25 a 30)_____ (30 a 35)_____ (40 a 45)_____ (45 a 50)_____(50 a 55)_____ Mas de 55 _____

2- Nivel de ingresos: 1 a 3 SMLV _____ 3 a 5 SMLV _____ 5 a 7 SMLV _____
Mayor _____

3- Donde acostumbra almorzar en la actualidad

En Casa _____

Por fuera _____

Lleva preparado _____

Si su respuesta es por fuera de casa por favor continúe la encuesta.

4- ¿Qué incide en la decisión de almorzar fuera de casa?

Horario de la empresa _____ Lejanía de la casa _____ Falta de tiempo _____

Cogestión actual _____ Falta de transporte _____

5- De los siguientes sitios cual es el de mayor preferencia?

| Nombre Establecimiento | No. de respuestas |
|-------------------------------|--------------------------|
| Restaurante La Calleja | |
| Restaurante Mi Almuerzo | |
| Cafetería Romero | |
| Restaurante Rancho Viejo | |
| Restaurante Sabor Árabe | |
| Lonchería Rodríguez | |
| Restaurante La Holandesa | |
| Rest. Donde Juan | |
| Metrocóm | |
| La Sentencia | |
| Cafetería D'Andrew | |
| Fuente de Soda el Único | |
| La Única | |
| Los únicos | |
| Restaurante Regio | |
| Restaurante El Sabrosito | |
| Mercadefam | |
| Almacén Éxito | |

6- ¿En la actualidad padece de algún tipo de enfermedad que requiera de una dieta especial?

Si ____ No ____ ¿Que tipo de enfermedad? _____

7- ¿Qué clase de alimentación consume en la actualidad?

Normal ____ Balanceada ____ Dieta especial ____.

8- ¿Con qué frecuencia acude a un restaurante?

Un día ____ Dos días ____ Tres días ____ Cuatro días ____ Cinco días ____.

9- ¿Cuánto canceló la última vez por almuerzo?

Normal \$ ____ Balanceado \$ ____ Dieta especial \$ ____.

10- ¿Cómo califica usted los almuerzos que en la actualidad consume?

Excelentes ____ Buenos ____ Regular ____ Malo ____

11- ¿Qué mejoraría Usted a los almuerzos que actualmente consume?

12- ¿Qué conoce de los almuerzos balanceados?

Con Verduras _____ bajos en grasas _____

13- ¿Conoce en el sector un sitio donde ofrezcan alimentación balanceada?

Si ____ No ____ Cual _____

14- ¿Qué sitios conoce actualmente que vendan almuerzos balanceados?

15- ¿Sí existiera un restaurante que ofrezca comida balanceada y/o dietas especiales, estaría dispuesto a ir y consumirlos?

Si ____ No ____ ¿Por qué? _____

16- ¿Cuanto pagaría usted por un almuerzo balanceado?

| Rango de precios | \$ Precio |
|----------------------|-----------|
| De \$4,500 a \$5,000 | |
| De \$5.000 a \$5,500 | |
| De \$5.500 a \$6,000 | |
| De \$6,000 a \$6,500 | |
| Mas de \$6,500 | |

Anexo C. Restaurantes

| No. | Nombre Establecimiento | Nombre | Dirección | Barrio | Teléfono |
|-----|--------------------------|---------------------------------|-------------|---------------|--------------|
| 1 | RESTAURANTE LA CALLEJA | MARY GOMEZ | CL 42 12-52 | GARCIA ROVIRA | 576306431 |
| 2 | RESTAURANTE MI ALMUERZO | HERNAN SAUL SERRANO | KR 12 42-82 | GARCIA ROVIRA | 576522930 |
| 3 | CAFETERIA ROMERO | GUADALUPE SANCHEZ | KR 10 44-28 | GARCIA ROVIRA | 0576526913-0 |
| 4 | RESTAURANTE RANCHO VIEJO | EMILIANO SIERRA | KR 10 44-06 | GARCIA ROVIRA | 0576428550-0 |
| 5 | RESTAURANTE SABOR ARABE | LUIS ALBERTO BOHORQUEZ CABALLER | CL 42 11-28 | GARCIA ROVIRA | 576704914 |
| 6 | LONCHERIA RODRIGUEZ | LIDUVINA RODRIGUEZ | CL 33 12-09 | CENTRO | 576427307 |
| 7 | REST LA HOLANDESA | NIDIA VESGA GOMEZ | CL 34 11-23 | CENTRO | 576338068 |
| 8 | REST. DONDE JUAN | EUCARIS SANABRIA | CL 35 12-56 | CENTRO | 576420614 |
| 9 | METROCOM | EFREN CUARTAS QUIROZ | CL 44 12 67 | CENTRO | 576526481 |
| 10 | LA SENTENCIA | MARIA TERESA DIAZ | KR 10 41-04 | CENTRO | 576520535 |
| 11 | CAFETERIA D ANDREW | LUZ HELENA RUIZ | KR 10 34-46 | CENTRO | 0576424579-0 |
| 12 | FUENTE DE SODA EL UNICO | OLGA RODRIGUEZ | KR 10 35-74 | CENTRO | 576426497 |
| 13 | LA UNICA | HERMINIA CHAPARRO | KR 10 35-56 | CENTRO | 576333667 |
| 14 | LOS UNICOS | AMPARO ZEHR | KR 10 35-60 | CENTRO | 576703683 |
| 15 | RESTAURANTE REGIO | CECILIA MOGOLLON | KR 11 37-57 | CENTRO | 33108819725 |
| 16 | RESTAURANTE EL SABROSITO | JOSE ARSENIO SANCHEZ | KR 14 43-55 | CENTRO | 33162289850 |
| 17 | Mercadefam | Mercadefam centro | CL 37 15-26 | CENTRO | 6304451 |
| 18 | Almacén Éxito | Restaurante Éxito | CI 36 15-33 | CENTRO | 6481385 |

Fuente: Base de datos centro de información Bavaria Bucaramanga