

FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE COMIDA RÁPIDA
MEXICANA EN EL MUNICIPIO DE PIEDECUESTA

OLGA FABIOLA GOMEZ MANTILLA

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2012

FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE COMIDA RÁPIDA
MEXICANA EN EL MUNICIPIO DE PIEDECUESTA

OLGA FABIOLA GOMEZ MANTILLA

Proyecto de grado para optar al título de
Profesional en Gestión Empresarial

Director:
Ing. Nelson Moreno

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
BUCARAMANGA

2011

A mis hijos Karol Daniela y Esteban
Porque son la fuente de inspiración
Para lograr mis metas

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por enviar su luz a nuestras vidas y por sentir su presencia en los momentos más difíciles.

A mi madre, por su amor incondicional y colaboración con la cual puedo escalar un nuevo peldaño para alcanzar mis metas.

A mis hijos, quienes han sido mi mayor fuente de inspiración para sacar adelante este proyecto.

A la Universidad Industrial de Santander y al INPRED, por permitir la culminación de esta experiencia educativa y ser egresados de esta distinguida Universidad.

Al Ingeniero Nelson Moreno, director del proyecto, por su aporte, colaboración y gestión.

A los docentes de cada una de las asignaturas por sus enseñanzas en nuestro continuo proceso educativo.

A los compañeros y amigos, por esa voz de aliento necesaria para el desarrollo del proyecto y su culminación.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	18
1.GENERALIDADES	21
1.1 MARCO GEOGRAFICO	22
1.2 MARCO LEGAL	25
2. ESTUDIO DE MERCADOS	29
2.1 OBJETIVOS	29
2.1.1 Objetivo General.	29
2.1.2 Objetivos Específicos	29
2.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO	30
2.2.1 Definición.	30
2.2.2 Productos sustitutos.	31
2.2.3 Productos Complementarios	31
2.2.4 Atributos diferenciadores del producto/servicio con respecto a la competencia	32
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	32
2.3.1 Mercado potencial	32
2.3.2 Mercado objetivo	33
2.4 LA DEMANDA	34
2.4.1 Investigación de mercados	34
2.4.2 Tabulación y presentación y análisis de resultados	38
2.4.3 Estimación de la demanda	53
2.4.4 Evolución histórica de la demanda	54
2.4.5 Proyección de la demanda	55
2.5 LA OFERTA	55
2.5.1 Necesidades de información	55
2.5.2 Ficha técnica	56
2.5.3 Tabulación y presentación de resultados de la oferta.	57

2.5.4	Análisis de la Situación actual de la competencia	67
2.5.5	Proyección de la oferta	69
2.6	RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA	69
2.7	CANALES DE COMERCIALIZACION	70
2.7.1	Estructura de los canales actuales	71
2.7.2	Ventajas y desventajas de los canales actuales	71
2.7.3	Selección de los canales de comercialización	72
2.8	PRECIO	72
2.8.1	Análisis de precios	72
2.8.2	Estrategias de fijación de precios	73
2.9	PUBLICIDAD Y PROMOCION	74
2.9.1	Objetivos	74
2.9.2	Logotipo	75
2.9.3	Lema	75
2.9.4	Análisis de medios	76
2.9.5	Selección de medios	77
2.9.6	Estrategias Publicitarias	77
2.9.7	Presupuesto De publicidad y promoción	78
2.9.8	De operación	79
2.10	CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	79
3.	ESTUDIO TÉCNICO	80
3.1	TAMAÑO DEL PROYECTO	80
3.1.1	Descripción del tamaño del proyecto	80
3.1.2	Factores que determinan el tamaño de un proyecto	80
3.1.3	Capacidad del proyecto.	82
3.1.3.1	Capacidad total diseñada por línea de producto o servicio	82
3.1.3.2.	Capacidad instalada	82
3.1.3.3	Capacidad utilizada y proyectada.	83
3.2	LOCALIZACIÓN	84
3.2.1	Macro localización	84

3.2.2 Micro localización	85
3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO	88
3.3.1 Ficha técnica del producto	89
3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento	91
3.3.4 Control de calidad	92
3.3.5 Recursos	94
3.3.5.1 Recurso humano	95
3.3.5.2 Recursos físicos	95
3.3.6 Análisis de Proveedores	97
3.3.7 Distribución de planta.	99
3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO	100
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	102
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN	102
4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	103
4.2.1 Visión	103
4.2.2 Misión	103
4.2.3 Objetivos	103
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	104
4.3.1 Organigrama	104
4.3.2 Descripción y perfil de cargos	105
4.3.3 Asignación salarial	110
4.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO	110
5. ESTUDIO FINANCIERO	111
5.1. INVERSIONES	111
5.1.1 Inversión Fija	111
5.1.2 Inversión diferida.	114
5.1.3 Inversión de capital de trabajo	114
5.1.4 Inversión total.	121
5.1.5 Fuentes de financiación.	121

5.2 COSTOS	122
5.2.1 Costos fijos.	122
5.2.2 Costos variables.	123
5.2.3 Costos totales unitarios.	123
5.3. PRECIO DE VENTA	124
5.4. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS	125
5.4.1 Estado de Resultados Proyectados a 5 años	125
5.4.2 Flujo de Caja Proyectado	126
5.4.3 Balance General	128
5.5. CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD FINANCIERA DEL PROYECTO	130
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	131
6.1 PUNTO DE EQUILIBRIO	131
6.2 IMPACTO SOCIAL	133
6.2.1 Desarrollo y fomento tecnológico empresarial local.	134
6.2.2 Desarrollo empresarial regional.	134
6.2.3 Generación de empleo.	134
6.2.4 Desarrollo tecnológico empresarial nacional.	135
6.3 IMPACTO AMBIENTAL	135
6.3.1 Análisis ambiental.	135
7. EVALUACION FINANCIERA	140
7.1 VALOR PRESENTE NETO.	140
7.1.1 Tasa de rendimiento.	140
7.1.2 Tasa mínima de rendimiento.	140
7.1.3 Tasa Interna de Retorno.	143
7.1.4 Periodo de recuperación.	144
7.1.5 Análisis de las razones financieras.	145
7.1.5.1 Bloque de liquidez.	145
7.1.5.2 Bloque de endeudamiento.	146
7.1.5.3 Bloque de actividad.	148
7.1.5.4 Bloque de rentabilidad.	149

BIBLIOGRAFÍA

151

ANEXOS

153

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Habitantes Bucaramanga y su área metropolitana	33
Tabla 2. Ficha Técnica de la Demanda	35
Tabla 3. Habitantes de Piedecuesta	37
Tabla 4. . Habitantes de Piedecuesta estratos 2-6	37
Tabla 5. Edades de los encuestados	39
Tabla 6. Estrato de los encuestados	40
Tabla 7. Frecuencia de consumo de comidas rápidas	41
Tabla 8. Comida rápida favorita	42
Tabla 9. Presupuesto aproximado por comida rápida	43
Tabla 10. Lugar más frecuentado para consumir comida rápida	44
Tabla 11. Compañía al salir a comer	45
Tabla 12. Aspectos importantes al momento de consumir comida rápida	46
Tabla 13. Conocimiento del sitio de comida rápida frecuentado	47
Tabla 14. Uso de domicilios para solicitar comida rápida	48
Tabla 15. Conoce en Piedecuesta un sitio especializado en comida rápida mexicana	49
Tabla 16. Le gusta que en Piedecuesta exista un sitio especializado en venta de comidas rápidas mexicanas	50
Tabla 17. Le gusta la comida rápida mexicana	51
Tabla 18. Frecuencia de consumo en comida rápida mexicana	52
Tabla 19. Estimación de la demanda	53
Tabla 20. Ficha técnica de la oferta	56
Tabla 21. Tiempo de funcionamiento	57
Tabla 22. Tipo de comidas ofrecidas	58
Tabla 23. Cuantos productos venden diariamente	59
Tabla 24. Precios de perros y hamburguesas	60
Tabla 25. Precios de pizzas y panzaroty	61
Tabla 26. Precios de Pollo	62

Tabla 27. Precios de empanadas y arepas	63
Tabla 28. Proveedores actuales	64
Tabla 29. Persona encargada de hacer las compras	65
Tabla 30. Canales de publicidad utilizados	66
Tabla 31. Situación Actual de la Competencia	68
Tabla 32. Proyección de la Oferta	69
Tabla 33. Proyección y relación demanda oferta	70
Tabla 34. Ventajas y desventajas de los canales actuales	71
Tabla 35. Análisis de los precios actuales	73
Tabla 36. Presupuesto de publicidad de lanzamiento	78
Tabla 37. Operación	79
Tabla 38. Capacidad del proyecto	82
Tabla 39. Capacidad operacional	83
Tabla 40. Capacidad utilizada proyectada	83
Tabla 41. Ponderación y puntuación de factores y grados	87
Tabla 42. Ficha Técnica del producto	89
Tabla 43. Ficha Técnica del servicio	89
Tabla 44. Descripción técnica del proceso	90
Tabla 45. Personal	95
Tabla 46. Maquinaria y equipo	96
Tabla 47. Equipo de oficina	96
Tabla 48. Útiles de cocina y servicio	97
Tabla 49. Análisis de proveedores	98
Tabla 50. Manual de Funciones Administrador	106
Tabla 51. Descripción y perfil del Jefe de Cocina	108
Tabla 52. Descripción y perfil del Auxiliar de Cocina	109
Tabla 53. Asignación salarial	110
Tabla 54. Inversión fija	112
Tabla 55. Muebles y Enseres	112
Tabla 56. Herramientas y suministros	113

Tabla 57. Inversión fija	113
Tabla 58. Inversión diferida pre-operacional	114
Tabla 59. Inversión diferida en publicidad	114
Tabla 60. Materias primas	115
Tabla 61. Valor mano de obra	116
Tabla 62. Costos indirectos de fabricación	117
Tabla 63. Prestación de servicios	117
Tabla 64. Depreciación maquinaria y equipo	117
Tabla 65. Inversión Diferida	118
Tabla 66. Gastos de administración y ventas	118
Tabla 67. Financiación	119
Tabla 68. Costos y gastos totales	120
Tabla 69. Inversión	121
Tabla 70. Costos fijos	122
Tabla 71. Costos variables	123
Tabla 72. Costos unitarios	123
Tabla 73. Precio	124
Tabla 74. Producción anual	124
Tabla 75. Ingresos presupuestados	125
Tabla 76. Gastos financieros proyectados	125
Tabla 77. Estado de resultados proyectado	126
Tabla 78. Flujo de caja proyectado	127
Tabla 79. Flujo de Tesorería	128
Tabla 80. Balance general Comidas Rápidas Tokas	129
Tabla 81. Punto de equilibrio del producto	132
Tabla 82. Margen de contribución del producto	132
Tabla 83. Matriz de impacto ambiental.	136
Tabla 84. Flujo de caja	142
Tabla 85. Tasa Interna de retorno TIR	143
Tabla 86. Periodo de recuperación	144

Tabla 87. Bloque de liquidez	145
Tabla 88. Bloque de endeudamiento	147
Tabla 89. Bloque de actividad	148

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Mapa municipio de Piedecuesta	23
Figura 2. Tacos	30
Figura 3. Edades de los encuestados	39
Figura 4. Estrato de los encuestados	40
Figura 5. Frecuencia de consumo de comidas rápidas	41
Figura 6. Comida rápida favorita	42
Figura 7. Presupuesto aproximado por comida rápida	43
Figura 8. Presupuesto aproximado por comida rápida	44
Figura 9. Compañía al salir a comer	45
Figura 10. Aspectos importantes al momento de consumir comida rápida	46
Figura 11. . Conocimiento del sitio de comida rápida frecuentado	47
Figura 12. Uso de domicilios para solicitar comida rápida	48
Figura 13. Conoce en Piedecuesta un sitio especializado en comida rápida mexicana	49
Figura 14. Le gusta que en Piedecuesta exista un sitio especializado en venta de comidas rápidas mexicanas	50
Figura 15. Le gusta la comida rápida mexicana	51
Figura 16. Frecuencia de consumo en comida rápida mexicana	52
Figura 17 . Tiempo de funcionamiento	58
Figura 18. Tipo de comida ofrecida	59
Figura 19. Cuantos productos venden diariamente	60
Figura 20. Precios de los productos perros y hamburguesas	61
Figura 21. Precios de los productos perros y hamburguesas	62
Figura 22. Precios de los productos Pollo	63
Figura 23. Precios de los productos empanadas y arepas	64
Figura 24. Proveedores actuales	65
Figura 25. Persona encargada de hacer las compras	66
Figura 26. Canales de publicidad utilizados	67

Figura 27. Selección canal de comercialización	72
Figura 28. Análisis precios comida rápida	73
Figura 29. Logotipo	75
Figura 30. Panorámica de Piedecuesta	85
Figura 31. Diagrama de operación, proceso y procedimiento	91
Figura 32. Distribucción de la planta	99
Figura 33. Organigrama	105
Figura 34. Punto de equilibrio	133
Figura 35. Flujo de caja	142

RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE COMIDA RÁPIDA MEXICANA EN EL MUNICIPIO DE PIEDECUESTA*

AUTOR: GOMEZ Mantilla, Olga Fabiola**

PALABRAS CLAVES: Proyecto, Factibilidad, Empresa, Comida, Rápida, Mexicana.

CONTENIDO:

El desarrollo de este proyecto es un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de comida rápida mexicana con proyección y oportunidad de competir en el mercado; encontrarse viable la creación de la empresa ya que no hay competencia directa en cuanto al concepto de negocio, siendo un producto diferenciador y de primera necesidad.

Comidas Rápidas TOKAS es una empresa que busca producir y comercializar productos alimenticios para la elaboración de comida rápida mexicana; son productos a base de tortillas de maíz dobladas o enrolladas en las cuales se introducen varios tipos de alimentos según la preferencia de los clientes.

Se ejecuta en el municipio de Piedecuesta – Santander debido al crecimiento demográfico que ha tenido esta localidad, siendo el municipio del área metropolitana de Bucaramanga con mayor opción en desarrollo urbanístico.

Los recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto son \$34.510.497=, distribuidos así: recursos propios \$13.556.697 y representa aproximadamente un 39% de la inversión total. La diferencia de los recursos (\$20.953.800) se obtendrá de un crédito bancario. El VPN es igual a \$45.113.569, la TIR es del 50,8%, la inversión se recuperará 1 año, 9 meses y 4 días aproximadamente.

El proyecto, específicamente, busca atender la demanda en un 25% de comidas rápidas para los habitantes del municipio de Piedecuesta. Tiene como propósito soportar el crecimiento del sector de los alimentos en el Municipio, el esquema de gestión empresarial involucrará la contratación de personal directo, incrementando la calidad y productividad del sector, así como mejoramiento de los ingresos y la estabilidad laboral de quienes se dedican a esta labor. Gestionar el desarrollo de esta empresa es uno de los objetivos al optar el título de profesional en gestión empresarial ya que es un proyecto factible técnica y financieramente.

* Título del proyecto

** Instituto de Proyección a Regional y Educación a Distancia - Gestión Empresarial – Director GÓMEZ Moreno Nelson Enrique – Ingeniero Industrial

SUMMARY

TITLE:

FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A MEXICAN FAST FOOD COMPANY IN THE MUNICIPALITY OF PIEDECUESTA *

AUTHOR:

GOMEZ Mantilla, Olga Fabiola **

KEY WORDS:

Project, Feasibility, Business, Fast Food, Mexico.

CONTENTS:

The development of this project is a feasibility study for the creation of a Mexican fast-food company with projection and opportunity to compete in the market; found viable the creation of the company as there is no direct competition in business concept, being a product differentiator and necessities.

Fast Food Tokas is a company that seeks to produce and market food products to the development of Mexican fast food, are products made from corn omelette folded or rolled into which are introduced several types of food according to customer preference.

It runs in the municipality of Piedecuesta - Santander due to population growth that has taken this town, being the town of the Metropolitan Area with greater choice in urban development.

The resources required for implementation of this project are \$ 34,510,497 =, distributed as follows: own resources \$ 13,556,697 and represents approximately 39% of total investment. The difference in resources (\$ 20,953,800) shall be obtained from a bank loan. The VPN equals to \$ 45,113,569, the IRR is 50.8%, the investment will pay off in 1 year, 9 months and 4 days or so.

The project aims to meet demand by 25% of fast food for the inhabitants of the municipality of Piedecuesta. Its purpose is to support the growth of the food sector in the municipality, the business management scheme will involve direct recruitment, increasing the quality and productivity of the sector and improved incomes and job security of those engaged in this work. Manage the development of this company is one of the objectives in choosing the title in business management, because it is a technically and financially feasible project.

* Project Title

**Institute for Regional Outreach and Distance Education - Corporate Governance - Director Nelson GOMEZ Enrique Moreno - Industrial Engineer

INTRODUCCIÓN

Las pequeñas empresas y microempresas día a día han ido ganando un espacio dentro de la economía colombiana, solucionando problemas como el desempleo, eliminando el monopolio de los grandes empresarios entre otros.

El objetivo de este trabajo antes de ser un requisito académico para la culminación de los estudios profesionales es una guía para la creación de empresas, ya que trata las situaciones más importantes y relativas en cuanto a la materia.

Toda factibilidad de proyecto que se desee emprender debe tener una serie de estudios que permita conocer y entender su alcance, objetivos y proyección. Conocer las oportunidades para llevarlo a la realidad y así fijar las estrategias que se han de establecer en la parte operativa y comercial. Presupuestando metas y construyendo proyectos de tal modo que se lleve a cabo un buen ejercicio empresarial para cumplir con los propósitos del inversionista.

Este proyecto enmarca una serie de actividades y acciones orientadas a establecer una empresa que preste un servicio gastronómico en el municipio de Piedecuesta, servirá para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que llegarán a adquirir el servicio que se ofertará dentro de un espacio previamente definido, durante un periodo estipulado y a un precio que se acomode a las exigencias del mercado. Así mismo se establecerán estrategias de precios para poder competir en el entorno del sector.

De igual forma se contará con personal capacitado que lleve en alto el nombre del establecimiento y se sientan orgullosos de pertenecer a una empresa constituida para brindarle a la gente comodidad y satisfacción.

1. GENERALIDADES

El desarrollo de esta investigación se ubicara en el sector terciario (servicios) correspondiente a restaurantes; según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU - versión 2000) clasifica a los sectores industriales de acuerdo con los factores de competitividad y dentro de ellos la industria de alimentos, entre los cuales se encuentran los alimentos procesados de origen vegetal y muy particularmente al subsector relacionado con la elaboración de alimentos compuestos principalmente de frutas y verduras.

Este sector está conformado por grandes, medianas, pequeñas y microempresas; se clasifican según el número de personas y el capital expresado en salarios mínimos mensuales legales vigentes, lo cual genera una gran diferencia entre ellas, principalmente entre las grandes empresas y las demás.

Para el hombre es de vital importancia tener una buena alimentación, día a día busca la manera más apropiada para satisfacer sus necesidades. De ahí surge la idea de crear un establecimiento que ofrezca un servicio gastronómico con productos que no estén saturados en el mercado a desarrollar.

En el análisis de sector gastronómico y su entorno, Ignacio Escobar dice: “En Colombia, ni el menú del desayuno se margina del consumo de comidas rápidas, un mercado cada vez más amplio que estimula la competencia entre empresas y productos. Más de la mitad de los comensales de este tipo de alimentos reconoce que hace parte de su dieta más de 10 veces en un mes.

Mientras tanto, 21 de cada 100 consultados están dentro del grupo de los consumidores medios, entre cinco a nueve veces en 30 días. Por su lado, la cuarta parte de los consultados tienen una baja frecuencia de consumo al mes: entre una y cuatro ocasiones.

Estas tendencias sobre las comidas rápidas en Colombia están en un estudio de la firma OMD que tuvo en cuenta a 11 millones de colombianos de Barranquilla, Bucaramanga, Medellín, Pereira, Bogotá y Cali.

De este total, 72 de cada 100 consultados se declararon consumidores de comidas rápidas, y más de la mitad dijo que acude a este menú con mucha frecuencia.

Esto tiene que ver con la evolución de los estilos de vida y la intensidad de las actividades diarias que en muchos casos no dan margen para dedicar tiempo a la preparación de alimentos.

Los expertos aseguran que los consumidores de hoy quieren satisfacer varias necesidades. Entre ellas, ahorrar tiempo y dinero, no sentir hambre, obtener energía, reducir el estrés, ganar diversión y quitar el aburrimiento.

La costumbre de comer fuera de la casa también evidencia otro fenómeno: la preferencia de recurrir a sitios que no son de renombre pero que se identifican como de precio favorable y de buena calidad.”¹

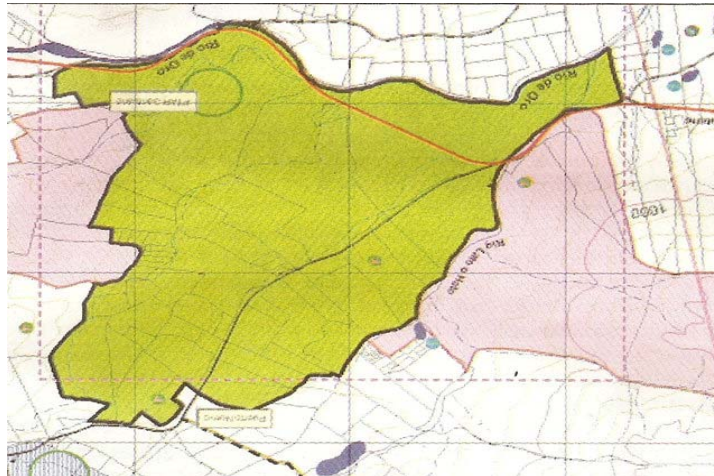
Estos resultados respaldan la necesidad de implementar estrategias que tiendan a impactar el patrón alimentario de los habitantes de la región. Es así como nace la necesidad de desarrollar en Piedecuesta la Factibilidad de crear un negocio de comidas rápidas mexicanas. *“La fórmula es comer productos deliciosos, saludables, bien preparados y diferentes a los actualmente ofrecidos en el mercado de ese municipio”*. Se proyecta posicionar este negocio como el número uno de la localidad no solo por la parte lucrativa de sus propietarios sino también por el mejoramiento en la calidad de vida en sus clientes.

1.1 MARCO GEOGRAFICO

Durante el desarrollo de la primera etapa del proyecto se concentrará en la población del municipio de Piedecuesta – Santander, con la posibilidad que en el futuro se logre la expansión al área metropolitana de Bucaramanga, con la disposición de otros locales, dependiendo de la demanda que esta área ofrezca en los próximos años.

¹ Tomado de: igomez.blogspot.com/.../las-comidas-rpidas-ganan-espacio-la.html / Portafolio.com 29 de Noviembre de 2.006 (Citado 15 enero 2.011)

Figura 1. Mapa municipio de Piedecuesta



Fuente: Tomado <http://www.alcaldia.de.piedecuesta.gov.co/>

Se encuentra a 17 km de Bucaramanga, formando parte de su área metropolitana. Su extensión territorial es de 344 kilómetros cuadrados; observamos una alterada geografía que nos ofrece un sin número de valles, mesetas, montañas y colinas, accidentes territoriales que nos presentan una variada climatología, pasando del radiante sol de pescadero a la neblina del páramo de Juan Rodríguez.

Fue fundada el 26 de julio de 1776 por el padre José Ignacio Zabala. Sus caneyes, trapiches, balnearios y la tradición educativa y cultural de sus habitantes, caracterizan esta noble población, así como la fuerte tradición religiosa, expresada en el fervor con que se celebra la Semana Santa.

El municipio de Piedecuesta se encontraba conformado por un sector urbano y otro sector rural. El sector rural por sus ventajas climáticas ha dependido siempre económicamente por su agricultura, piscicultura, avicultura, ganadería, etc., siendo estas industrializadas y comercializadas ocupándose en estas prácticas laboralmente un alto grado de porcentaje por no decir que la totalidad la mano de obra campesina.

El sector urbano hace aproximadamente 30 años estaba compuesto por hoy llamado el casco antiguo. Dependiendo económicamente del proceso del tabaco, la panela, el fique, la construcción y el comercio en general. En estas actividades existía una alta ocupación de la mano de obra piedecuestana calificada que era muy poca y no

calificada que representaba su mayoría. Por estas razones en ese entonces existía más seguridad social, más empleo y un pueblo muy tranquilo.

Hoy por hoy han transcurrido 30 años y la zona urbana creció notablemente, sintiéndose una transformación, fruto del crecimiento urbanístico desordenado creándose un nuevo municipio con más población de otras culturas laborales y habitacionales, palpándose la creación de un dormitorio en el municipio. Estas nuevas gentes en su gran parte no encuentran ocupación laboral y las pocas que han encontrado, reemplazaron la mano de obra existente. Es por eso que en este orden de ideas hemos encontrado como conclusión una proporción considerable de desempleados muy por encima del índice nacional, a la cual se le debe buscar una estrategia de empleo para disminuir este índice.

El Municipio de Piedecuesta busca convertirse en un territorio competitivo del nivel regional, en los sectores de la producción agropecuaria diversificada, tecnológico y turismo ecológico de aventura y deportivo, permitiendo a sus habitantes mantener un bienestar social dentro de un territorio agradable y cohesionado institucionalmente para lograr un desarrollo individual y colectivo sostenible.

Piedecuesta le apunta al desenvolvimiento de una serie de acciones compatibles con la recuperación de las condiciones de habitabilidad, logrando el desarrollo auto sostenible mediante un crecimiento pausado pero eficaz y cimentado en la excelencia de vivienda, servicios públicos, infraestructura, equipamiento y espacio público, atributos soportados por la cohesión social, la gobernabilidad y alta calidad ambiental.

2

Con el desarrollo y la urbanización en el Municipio de Piedecuesta se han creado necesidades básicas para los habitantes de este sector. Lo que genera una mayor demanda para todos los sectores económicos, permitiendo el ingreso de nuevas micro empresas en el mercado de las comidas rápidas.

². Tomado de: <http://www.alcaldiadepiedecuesta.gov.co/> (citado 15 enero de 2.011)

1.2 MARCO LEGAL

Ley 9 de 1979. “Seguridad higiene industrial y salud ocupacional”.

Artículo 92. Los pisos de los locales de trabajo y de los patios deberán ser, en general, impermeables, sólidos y antideslizantes; deberán mantenerse en buenas condiciones y en lo posible, secos. Cuando se utilicen procesos húmedos deberán proveerse de la inclinación y canalización suficientes para el completo escurrimiento de los líquidos; de ser necesario, se instalarán plataformas o falsos pisos que permitan áreas de trabajo secas y que no presenten en sí mismos riesgos para la seguridad de los trabajadores. 43

Artículo 93. Las áreas de circulación deberán estar claramente demarcadas, tener la amplitud suficiente para el tránsito seguro de las personas y estar provistas de la señalización adecuada y demás medidas necesarias para evitar accidentes.

Artículo 122. Todos los empleadores están obligados a proporcionar a cada trabajador, sin costo para éste, elementos de protección personal en cantidad y calidad acordes con los riesgos reales o potenciales existentes en los lugares de trabajo.

Artículo 198. Toda edificación estará dotada de un sistema de almacenamiento de basuras que impida el acceso y la proliferación de insectos, roedores y otras plagas.

Artículo 235. El Ministerio de Salud o la entidad que éste delegue reglamentarán el número y ubicación de servicios sanitarios en los establecimientos comerciales.

Decreto 3075 de diciembre 23 de 1997. “Establece las normas sobre sanidad, higiene control de calidad y se dictan las normas sobre la capacitación al personal Manipulador de Alimento”.

Artículo 1º. Ámbito de Aplicación. La salud es un bien de interés público. En consecuencia las disposiciones contenidas en el presente Decreto son de orden

público, regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos.

Artículo 6º. Obligatoriedad de dar Aviso a la Autoridad Sanitaria. Las personas naturales o jurídicas responsables de las actividades reglamentadas en el presente Decreto deberán informar a la autoridad sanitaria competente la existencia y funcionamiento del establecimiento, cualquier cambio de propiedad, 44 razón social, ubicación o cierre temporal o definitivo del mismo para efectos de la vigilancia y control sanitarios.

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

Artículo 13º. El personal manipulador de alimentos debe haber pasado por un reconocimiento médico antes de desempeñar esta función. Así mismo, deberá efectuarse un reconocimiento médico cada vez que se considere necesario por razones clínicas y epidemiológicas, especialmente después de una ausencia del trabajo motivada por una infección que pudiera dejar secuelas capaces de provocar contaminación de los alimentos que se manipulan. La dirección de la empresa tomará las medidas necesarias para que no se permita contaminar los alimentos directa o indirectamente a ninguna persona que se sepa o sospeche que padezca de una enfermedad susceptible de transmitirse por los alimentos.

Artículo 15º. Prácticas Higiénicas y Medidas de Protección. Toda persona mientras trabaja directamente en la manipulación o elaboración de alimentos, debe adoptar las prácticas higiénicas y medidas de protección.

Artículo 22º. Control de la Calidad. Todas las operaciones de fabricación, procesamiento, envase, almacenamiento y distribución de los alimentos deben estar sujetas a los controles de calidad apropiados.

Artículo 28º.- Todo establecimiento destinado a la fabricación, procesamiento, envase y almacenamiento de alimentos debe implantar y desarrollar un Plan de Saneamiento con objetivos claramente definidos y con los procedimientos requeridos para disminuir los riesgos de contaminación de los alimentos.

Artículo 30º. Las operaciones y condiciones de almacenamiento, distribución, transporte y comercialización de alimentos deben evitar: la contaminación y alteración del alimento, la proliferación de microorganismos indeseables en el alimento y el deterioro o daño del envase o embalaje.

Decreto ejecutivo N° 31595 del 02 de diciembre de 2003. “Reglamento para el registro y comercialización de alimentos”.

Artículo 10º. En el caso de demostrarse el incumplimiento de las normas sanitarias y de calidad en materia de inocuidad de alimentos, o la falsedad de lo declarado en la inscripción y registro, se retirará el producto del mercado a efecto de proceder a su destrucción, readecuación o desnaturalización, previa prevención a la empresa fabricante o distribuidor de la irregularidad.

Buenas prácticas de manufactura (BPM). Las buenas prácticas de manufactura son importantes porque dan al consumidor(a) una fruta higiénica, sana y segura. En Colombia, las buenas prácticas de manufactura (BPM) para alimentos están reguladas por el Decreto 3075 de 1997 y vigiladas por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima). El Decreto 3075 de 1997 fue elaborado por el Ministerio de Salud (hoy Ministerio de Protección Social) que

reglamentó la implementación de directrices destinadas a la elaboración inocua de los alimentos, con el objetivo de proteger la salud de los consumidores.

El INVIMA es la institución oficial de vigilancia y control, de carácter técnico-científico, que trabaja en la protección de la salud individual y colectiva de los colombianos, mediante la aplicación de las normas sanitarias como: decretos y resoluciones para alimentos, medicamentos, cosméticos, productos de aseo, bebidas alcohólicas, dispositivos médicos, homeopáticos, entre otros.

El no cumplimiento de las BPM puede ocasionar el cierre temporal o total del establecimiento, suspensión parcial o total de trabajos, decomiso de objetos y productos, la destrucción o desnaturalización de artículos o productos, si es el caso, y la congelación o suspensión temporal de la venta o empleo de productos y objetos, mientras se toma una decisión al respecto. Las BPM son un eslabón fundamental para la protección de la salud humana, permitiendo fortalecer las prácticas de producción, cosecha, pos cosecha, manejo, transporte y almacenamiento de manera confiable y acorde a los propósitos del costo beneficio proyectados en el marco de la comercialización de los alimentos y fortaleciendo igualmente el marco de competitividad y comercio de los mismos.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 Objetivo General.

Conocer las necesidades y la evolución del mercado a través de la investigación para poder crear una empresa con proyección y oportunidad de competir determinando la oferta, la demanda, el mercado potencial, los canales de comercialización, los precios y la publicidad requerida para la puesta en marcha del proyecto de creación de una empresa de comidas rápidas mexicana en el municipio de Piedecuesta, precisando así su viabilidad comercial.

2.1.2 Objetivos Específicos.

- Definir las características tangibles e intangibles del proyecto de creación de comida rápida mexicana en el municipio de Piedecuesta, las cuales permitan conocer las ventajas o desventajas en el mercado.
- Determinar el mercado potencial y objetivo al cual está dirigido el desarrollo del proyecto de creación de comida rápida mexicana en el municipio de Piedecuesta.
- Conocer la demanda total y efectiva de los consumidores de comida rápida en el municipio de Piedecuesta que estarían dispuestos a consumir comida rápida mexicana.
- Identificar la oferta en comidas rápidas del municipio de Piedecuesta y la competencia directa e indirecta para la creación de una empresa de comida rápida mexicana.
- Analizar los canales actuales de comercialización de comidas rápidas con sus ventajas y desventajas determinando el canal más adecuado para su comercialización.
- Realizar un análisis comparativo de los precios de la competencia para definir las estrategias y precios a usar en el momento de salir al mercado.

- Diseñar un plan publicitario y promocional para dar a conocer la empresa de comida rápida mexicana en el municipio de Piedecuesta.

2.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO

2.2.1 Definición.

Es una empresa que busca producir y comercializar productos alimenticios para la elaboración de comida rápida mexicana; son productos a base de tortillas de maíz redondas de aproximadamente 20 cm de diámetro y 2 o 3 mm de grosor, dobladas o enrolladas en las cuales se introducen varios tipos de alimentos según la preferencia de los clientes, suelen acompañarse de pollo, res, jamón, salami, camarones, champiñones, quesos, cebolla, lechuga, tomate, guacamole, aceitunas y demás; convirtiéndose en un alimento balanceado y bajo en grasa.

Se adereza con salsas (incluso mayonesa y crema de leche), cebolla picada o cilantro.

Figura 2. Tacos



Tomado de: <http://isorayas.wordpress.com/2007/07/15/unas-w=1360&bih=677>
(citado 15 de febrero de 2.011)

Ingredientes para la masa:

3 tazas de harina

3 cucharadas de mantequilla

2 cucharadita de polvo de hornear

1/2 cucharadita de sal

Agua tibia cantidad necesaria

Ingredientes para el relleno: este varía dependiendo la preferencia del cliente.

½ kg de carne (pollo, jamón, salami...) cortada en tiras

3 dientes de ajo / 2 cebollas

2 pimientos rojos / 2 pimientos verdes

2 cucharadas de aceite de oliva

100 gramos de champiñones

1 pizca de orégano / sal y pimienta³

2.2.2 Productos sustitutos.

El proyecto de creación de comida rápida mexicana en el municipio de Piedecuesta se ubica en el sector de alimentos el cual se constituye como uno de los más variados del mercado, debido a las formas y técnicas de producción, esto permite que exista una gran cantidad de productos sustitutos, dentro de las preferencias están:

- Las hamburguesas son preferidas especialmente por consumidores jóvenes de estrato medio y alto del centro del país.
- Los estudiantes se identifican como los más activos en el consumo del sándwich.
- En la Costa el consumo de perros calientes es activo, entre los estudiantes de estrato tres, y en población de 12 a 24 años.
- La pizza es un producto con mayor aceptación entre jóvenes, de estrato tres.
- El pollo tiene aceptación alta y uniforme entre estratos, edades y ocupaciones.⁴

2.2.3 Productos Complementarios

En el caso particular de los tacos es muy frecuente agregar ingredientes complementarios, eso depende del gusto de cada cliente, dentro de los principales productos están los guisos que incluyan cebolla, cilantro, limón, sal y salsas de diferentes variedades.

³ Tomado de: http://www.guiaderecetas.com/1909_tacos-mexicanos.htm (10 de febrero de 2.011)

⁴ Tomado de: <http://igomeze.blogspot.com/2006/11/las-comidas-rpidas-ganan-espacio-la.html>

Existen algunos tipos de tacos por demás predilectos para mexicanos y extranjeros visitantes: tacos al carbón con pollo, res, jamón, salami, camarones, champiñones, quesos y demás.⁵

2.2.4 Atributos diferenciadores del producto/servicio con respecto a la competencia

Actualmente en Santander hay un gran número de locales dedicados a la venta de Comida Mexicana pero en el municipio de Piedecuesta casi no se están comercializando. Básicamente se encuentran locales dedicados a la venta de comida rápida tradicional como lo son las hamburguesas, perros calientes, salchipapas, empanadas, rellenas, arepas y demás, alimentos que se identifican como “no sanos” y con tendencia a la obesidad, por la gran cantidad de grasas saturadas que contienen.

Este proyecto busca brindar a la comunidad Piedecuestana un tipo de comida saludable y novedosa, ver la comida más en términos de disfrute y bienestar buscando integrar los ingredientes del producto en sus diferentes presentaciones con creatividad y sazón que lo hagan agradable a la vista y al paladar de la población que se acerque a degustar el producto.

El principal atributo es buscar satisfacer los deseos y preferencias de los clientes, con la promesa de ofrecer un producto de primera calidad que brinde una alimentación sana y balanceada en cualquiera de las etapas del desarrollo humano. Sin descuidar de igual forma el precio, la imagen, el diseño del local y la calidad de la atención.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial

La población objeto de lanzamiento y posicionamiento de la empresa de comida rápida mexicana en Piedecuesta serán principalmente los habitantes de esta municipalidad ó toda persona que labore ó preste sus servicios profesionales en

⁵Tomado de: <http://tratohechocom.blogspot.com/2010/06/las-delicias-del-taco-mexicano.html>

este municipio, que quiera disfrutar de un delicioso producto o que desee compartir con las personas que normalmente se alimenta, de una comida agradable y que cuente con la atención necesaria para complacer y satisfacer sus necesidades.

2.3.2 Mercado objetivo

De acuerdo al censo del 2005 DANE (datos en proceso de consolidación), el departamento de Santander posee 2.158.000 habitantes, de los cuales 971.000 son hombres y 987.000 son mujeres, de ellos 752.000 menores de edad. La dedicación básica del santandereano es la agricultura, ganadería, comercio, minería y servicios. El 63% de los municipios santandereanos tiene cada uno menos de 10 mil habitantes y su predominio es la economía campesina, topografía bastante quebrada ya que están ubicados en la zona cordillera.

27 municipios tienen entre 1.000 y 4.999 y 29 entre esta cifra y 9.999 habitantes. Bucaramanga, Floridablanca, Barrancabermeja, Girón y Piedecuesta son los de mayor número de habitantes, en su mayoría de vocación urbana, el 80%.⁶.

Tabla 1. Habitantes Bucaramanga y su área metropolitana

Municipios	Extensión km ²	Población (hab)	Densidad (hab/km ²)	Altitud msnm	Distancia Bucaramanga (km)
Bucaramanga	165	516.512*/523.040**	145	959	0
<u>Floridablanca</u>	100,35	254.683*/260.042**	68	925	0,9
<u>Girón</u>	98	135.791*/152.608**	42	920	7
<u>Piedecuesta</u>	70.2	117.364*/129.532**	38,4	1005	17
Total	433,55	1.024.350*/1.231.228**	—	—	—
*Datos del censo realizado por el DANE ³¹					
**Datos proyectados por el DANE ³²					

Fuente. Datos proyectados por el DANE³²

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

Esta información permite conocer que Piedecuesta tiene más de 100.000 habitantes, entre los cuales se ubican en el casco urbano el 40%.⁷ Cifra importante para el desarrollo del proyecto, el cual está enfocado al sector urbano de los estratos 2 en adelante.

2.4 LA DEMANDA

2.4.1 Investigación de mercados

Para determinar la demanda de este producto en un municipio donde no existe un lugar específico y conocido para la comercialización se hace necesario evaluarlo por medio de una encuesta, la cual se ejecutará durante el desarrollo del este proyecto.

- **Planteamiento del problema:** Al desarrollar el estudio de factibilidad para la creación de comidas rápidas mexicanas en el municipio de Piedecuesta se descubren oportunidades y amenazas en el entorno, esto permite diseñar una estrategia de negocio para un proveedor nuevo en el sector industrial. Tratando de llegar al planteamiento del problema de investigación y buscando la objetividad en la información requerida, se busca una estrategia para conocer las necesidades de la demanda, la tendencia equivalente a las necesidades y preferencias de sus futuros clientes, así como el grado de aceptación del establecimiento conformado con todos los parámetros establecidos para crear una empresa de estas condiciones. Según cifras del Dane, el sector de hotelería y restaurantes – excluyendo comercio- fue el sexto rubro con mayor crecimiento de la economía nacional en el 2.007, con un índice del 5.95%, y un nivel de ventas de 6 billones de pesos. La dinámica se debe, según Gustavo Toro, (presidente de la Asociación Colombiana de Restaurantes Acodrés), a que “en los años recientes, la industria gastronómica en el país ha experimentado un desarrollo constante que se refleja en la creciente demanda y especialización del sector”.⁸

⁷Tomado de: http://www.alcaldiadepiedecuesta.gov.co/docs/plan2008_2011.pdf

⁸Tomado de: Revista La Barra 2009 informe ejecutivo de la industria de la hospitalidad. Bogotá febrero 2.009

- **Necesidades de información:** Para lograr los objetivos requeridos en el diseño metodológico y de acuerdo con la encuesta, se requiere identificar y reconocer los siguientes aspectos:

- Necesidades del mercado objetivo.
- Fluidez de los clientes.
- Análisis de la competencia.
- Frecuencia de solicitud del servicio.
- Manejo de proveedores.
- Nivel de satisfacción actual.
- Precios actuales en el mercado.
- Actuales y futuros competidores.

- **Ficha Técnica**

Tabla 2. Ficha Técnica de la Demanda

Tipo de investigación	<p>Exploratoria: Utilizada para obtener información preliminar sobre la demanda actual del entorno en el cual se va a desarrollar la actividad comercial.</p> <p>Descriptiva: Permite seleccionar situaciones, costumbres, actitudes predominantes que involucraron objetivos, necesidades que se deben tener en cuenta en su desarrollo operacional.</p> <p>Concluyente: En la selección de alternativas.</p>
Método de investigación	<p>Método Hipotético – deductivo: Combina la reflexión racional con la verificación de consecuencias elementales, comprobando a través del sujeto, objeto y método.</p>
Fuentes de información	<p>Primarias: Encuestas realizada a los habitantes que circulaban en el centro del municipio de Piedecuesta</p> <p>Secundarias: apoyo en revistas, informes y páginas Web de Internet.</p>
Técnicas de investigación	<p>Encuestas: Se creó un cuestionario con el propósito de obtener la información necesaria.</p>

	Entrevistas realizadas: es una técnica para establecer un contacto directo con las personas que se consideraron fuente de información con el fin de obtener más información abierta y espontánea.
Instrumento para recolectar la información	Se diseñó un cuestionario estructurado (ver anexo)
Modo de aplicación	Directa
Definición de población	N = Tamaño de la población: 93.891 personas que viven en Piedecuesta y están en estratos 2 – 6. p = Probabilidad de éxito = 50% q = Probabilidad de fracaso = 50% e = Error estimado = 5% z = 1.96 $n = (1,96)^2 * 93891 * 0,5 * 0,5$ $n = (93891 - 1) (0,05)^2 + 0,5 * 0,5 * (1,96)^2$ $n = \frac{90172.91}{235.68}$ n = 383 Encuestas
Determinación de la muestra	Entrevista a 383 personas que viven en Piedecuesta en los estratos 2-6.
Marco muestral o censal	Se hace la encuesta a las personas que circulaban en el centro de Piedecuesta y son de estrato 2-6.
Alcance	La información se obtiene en el sector del centro de la ciudad de Piedecuesta comprendido entre las calles 6 y 10 con carreras 6 y 14.
Tiempo de aplicación	Encuesta a realizar entre los días 2 al 5 de noviembre 2.010.

Fuente: Autor del proyecto.

Cobertura

Municipio de Piedecuesta – Santander ubicada a sólo 17 kilómetros al sur de Bucaramanga, es su extensión territorial de 344 kilómetros cuadrados con compuesta

por 87 veredas y 127 barrios legalizados, con crecimiento ascendente hay aproximadamente 30 barrios sin legalizar.⁹

Definición de la población

Piedecuesta tiene una población de **117.364 habitantes** según datos del censo Dane.

Tabla 3. Habitantes de Piedecuesta

ESTRATO	PORCENTAJE	TOTAL
ESTRATO 1	21%	23.473
ESTRATO 2	27%	29.341
ESTRATO 3	32%	35.209
ESTRATO 4	14%	19.952
ESTRATO 5 Y 6	6%	9.389
TOTAL	100%	117.364 HABITANTES

Fuente: www.google.com.co/#hl=es&q=habitantes+piedecuesta

El método que se aplicará para llevar a cabo el número de encuestados a realizar será el de muestreo aleatorio simple dirigido para los estratos 2, 3, 4, 5 y 6.

Tabla 4. . Habitantes de Piedecuesta estratos 2-6

ESTRATO	PORCENTAJE	TOTAL
ESTRATO 2	27%	29.341
ESTRATO 3	32%	35.209
ESTRATO 4	14%	19.952
ESTRATO 5 Y 6	6%	9.389
TOTAL	79%	93.891

Fuente: www.google.com.co/#hl=es&q=habitantes+piedecuesta

⁹ Tomado de:

http://www.google.com.co/#hl=es&q=habitantes+piedecuesta&aq=f&aqi=&aql=&oq=&gs_rfai=&fp=42e1ed74236250c0

Proceso de muestreo y determinación del tamaño de la muestra muestreo aleatorio simple.

$$N = \frac{Z^2 (N) (P.) (Q.)}{e z (N-1) + Z^2 (P.) (Q.)}$$

N = Tamaño de la población:

93.891 personas que viven en Piedecuesta y están en estratos 2 – 6.

p = Probabilidad de éxito = 50%

q = Probabilidad de fracaso = 50%

e = Error estimado = 5%

z = 1.96

$$n = \frac{(1,96)^2 * 93891 * 0,5 * 0,5}{(93891 - 1) (0,05)^2 + 0,5 * 0,5 * (1,96)^2}$$

$$n = \frac{90172,91}{235,68}$$

n = 383 Encuestas

2.4.2 Tabulación y presentación y análisis de resultados

(Presentar los resultados de la información recolectada en el trabajo de campo, especificando claramente por cada gran pregunta un gran título, su respectivo análisis, no solo relacionar datos fríos sino determine sus implicación para el proyecto, referenciar la tabla, o cuadro Cálculo muestra o Censo y figura, que lleva el mismo título del análisis, de acuerdo a las normas técnicas).

TABULACION Y ANALISIS DE LAS RESPUESTAS DEL CENSO REALIZADO A LOS HABITANTES DE PIEDECUESTA

Después de realizar la encuesta a los 383 habitantes de Piedecuesta, los resultados obtenidos son:

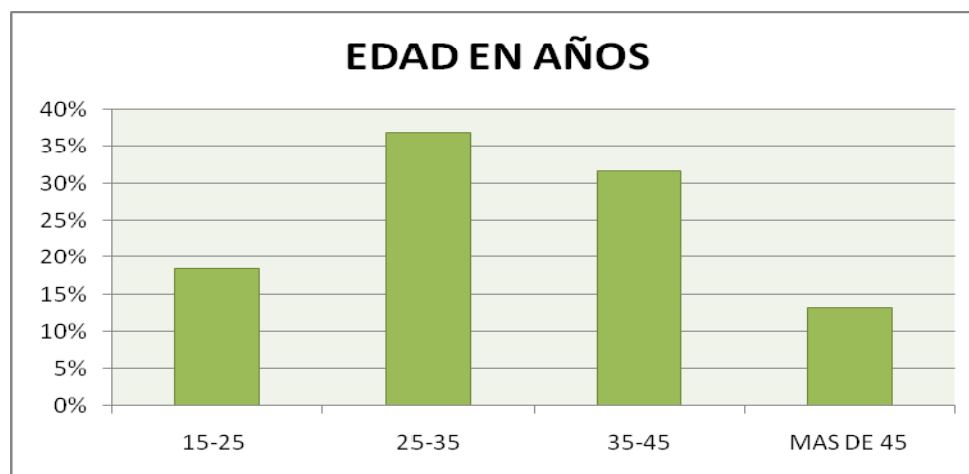
1. ¿Entre que rango oscila su edad?

Tabla 5. Edades de los encuestados

AÑOS	CANTIDAD	PROMEDIO
15-25	71	18%
25-35	141	37%
35-45	121	32%
MAS DE 45	50	13%
TOTAL	383	100%

Fuente: Autor del proyecto.

Figura 3. Edades de los encuestados



Fuente: Autor del proyecto.

El porcentaje más alto es de 37% corresponde a personas entre 25-35 años de edad, seguido por 35-45 años con el 32%, entre 15-25 años tienen el 18% y mayores de 45 con el 13%.

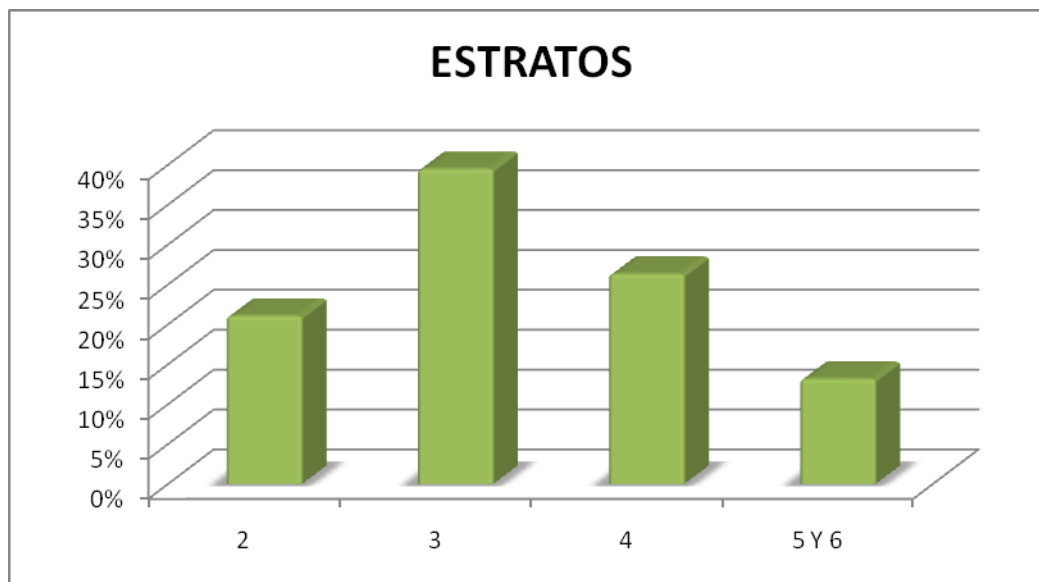
2. ¿A qué estrato social pertenece?

Tabla 6. Estrato de los encuestados

ESTRATO	CANTIDAD	PROMEDIO
2	81	21%
3	151	39%
4	101	26%
5 Y 6	50	13%
TOTAL	383	100%

Fuente: Autor del proyecto.

Figura 4. Estrato de los encuestados



Fuente: Autor del proyecto.

El estrato con mayor participación fue el 3 con el 39%, seguido por estrato 4 con el 26%, estrato 2 el 21% y 5y6 con el 13 %.

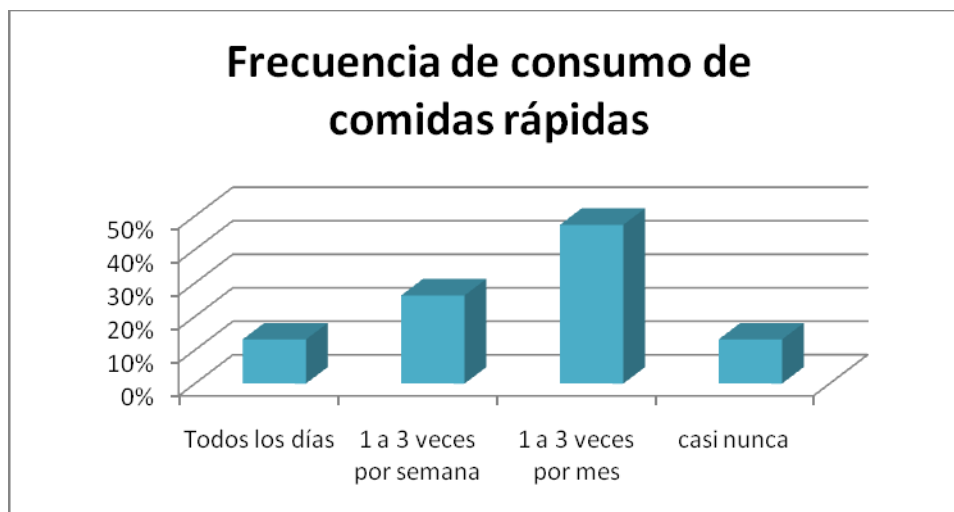
3. ¿Con qué frecuencia consume comidas rápidas?

Tabla 7. Frecuencia de consumo de comidas rápidas

RESPUESTA	CANTIDAD	PROMEDIO
Todos los días	50	13%
1 a 3 veces por semana	101	26%
1 a 3 veces por mes	181	47%
casi nunca	50	13%
TOTAL	383	100%

Fuente: Autor del proyecto.

Figura 5. Frecuencia de consumo de comidas rápidas



Fuente: Autor del proyecto.

Del total de los habitantes del municipio de Piedecuesta en los estratos 2, 3, 4, 5 y 6 el 47% consume comida rápida de 1 a 3 veces al mes, el 26% de 1 a 3 veces a la semana, 13% todos los días lo que suma un 86% siendo este margen un buen mercado para el comercio de este tipo de comidas.

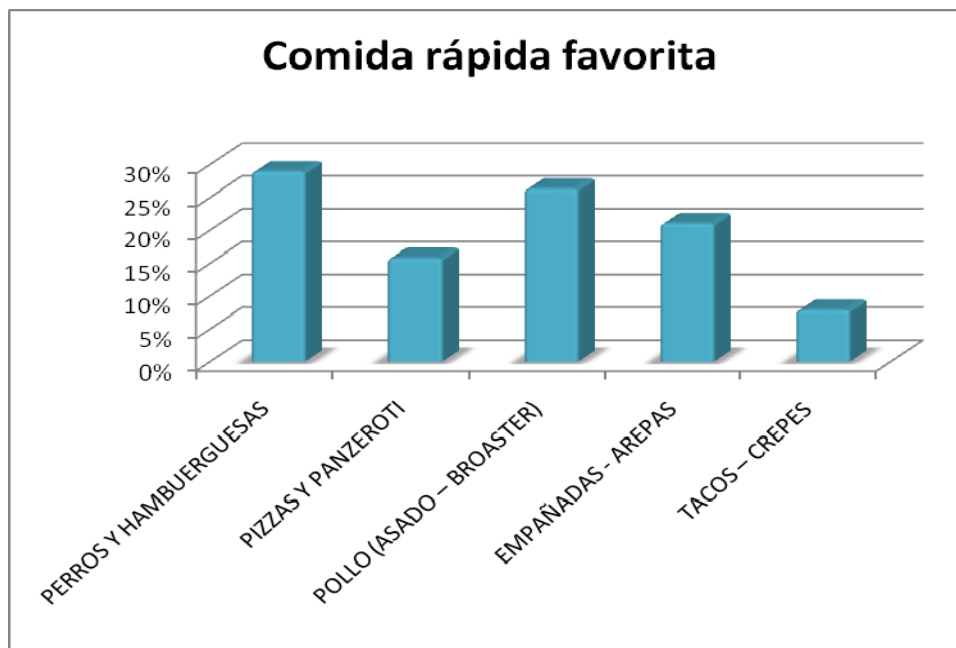
4. ¿En comidas rápidas cual es su favorita?

Tabla 8. Comida rápida favorita

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
PERROS Y HAMBUERGUESAS	111	29%
PIZZAS Y PANZEROTI	60	16%
POLLO (ASADO – BROASTER)	101	26%
EMPAÑADAS - AREPAS	81	21%
TACOS – CREPES	30	8%
TOTAL	383	100%

Fuente: Autor del proyecto.

Figura 6. Comida rápida favorita



Fuente: Autor del proyecto.

Del total de los habitantes del municipio de Piedecuesta en los estratos 2, 3, 4, 5 y 6 hay preferencias marcadas por las comidas tradicionales como perros-hamburguesas

con 29%, pollo con el 26%, pizzas y panzeroti tienen el 16%, las arepas y empanadas el 21% y los tacos y crepes tienen en 8%.

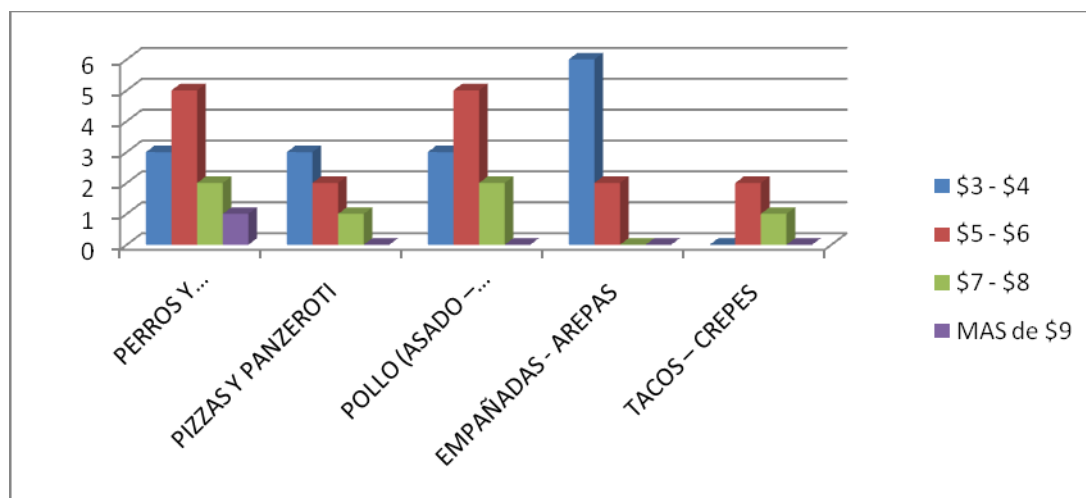
5. ¿Cuál es el presupuesto aproximado por comida rápida?

Tabla 9. Presupuesto aproximado por comida rápida

RESPUESTA	\$3 - \$4	\$5 - \$6	\$7 - \$8	MAS de \$9	TOTAL
PERROS Y HAMBURGUESAS	30	50	20	10	111
PIZZAS Y PANZEROTI	30	20	10	0	60
POLLO (ASADO – BROASTER)	30	50	20	0	101
EMPAÑADAS - AREPAS	60	20	0	0	81
TACOS – CREPES	0	20	10	0	30
TOTAL	151	161	60	10	383
PROMEDIO	39,5%	42,1%	15,8%	2,6%	

Fuente: Autor del proyecto.

Figura 7. Presupuesto aproximado por comida rápida



Fuente: Autor del proyecto.

Al analizar el presupuesto aproximado en comida rápida se puede evidenciar que va proporcionalmente relacionado con el producto a consumir, el promedio se muestra con 39% entre 3 y 4 mil pesos, 42.11% entre 5 y 6 mil pesos, 15.79% entre 7 y 8 mil pesos,

2.63% más de 9 mil pesos. Lo que indicia es que el precio ideal se presenta entre 5 y 6 mil pesos.

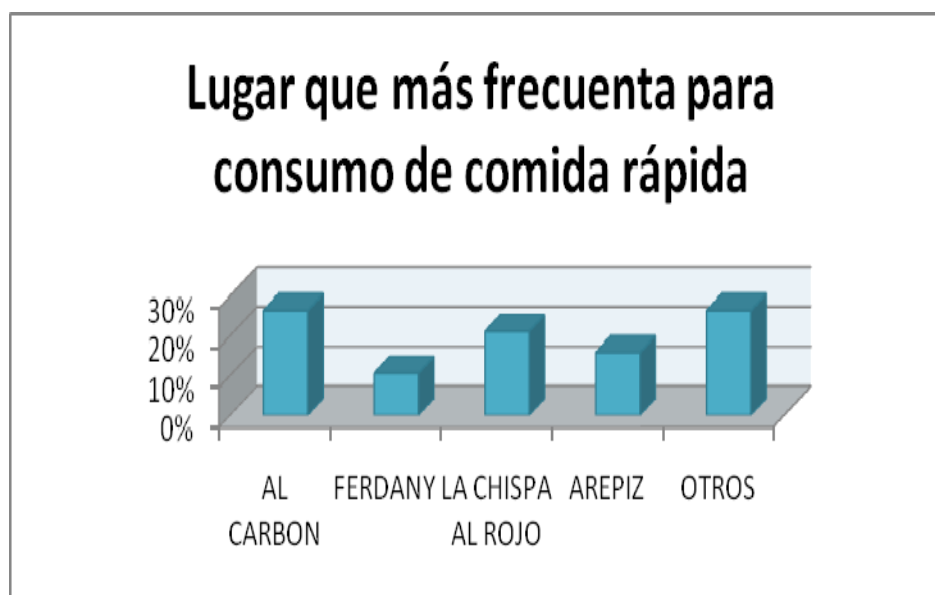
6. De acuerdo a su preferencia en comida rápida, ¿cuál es el lugar que más frecuenta?

Tabla 10. Lugar más frecuentado para consumir comida rápida

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
AL CARBON	101	26%
FERDANY	40	11%
LA CHISPA AL ROJO	81	21%
AREPIZ	60	16%
OTROS	101	26%
TOTAL	383	100%

Fuente: Autor del proyecto.

Figura 8. Presupuesto aproximado por comida rápida



Fuente: Autor del proyecto.

Del total de los habitantes del municipio de Piedecuesta en los estratos 2, 3, 4, 5 y 6 se mantiene la elección de ir a lugares de comida rápida donde vendan perros y hamburguesas con el 26% y pollo con el 21%, el 26% que corresponde a otros es por la gran cantidad de sitios de comida rápida existentes en este sector.

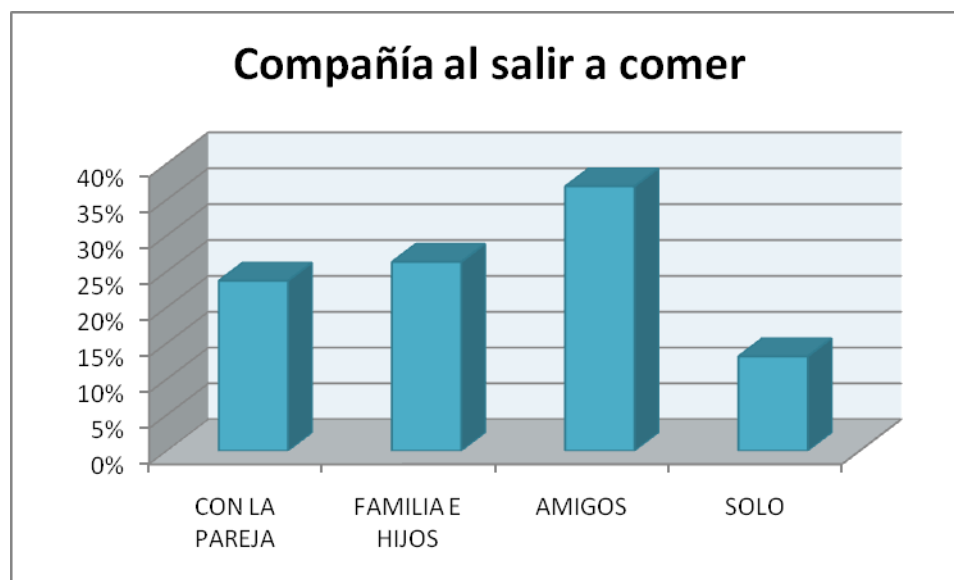
7. Cuándo sale a comer lo hace acompañado por:

Tabla 11. Compañía al salir a comer

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
CON LA PAREJA	91	24%
FAMILIA E HIJOS	101	26%
AMIGOS	141	37%
SOLO	50	13%
TOTAL	383	100%

Fuente: Autor del proyecto.

Figura 9. Compañía al salir a comer



Fuente: Autor del proyecto.

Del total de los habitantes del municipio de Piedecuesta en los estratos 2, 3, 4, 5 y 6 se evidencia que casi siempre salen acompañados, bien sea por su pareja, familia o amigos.

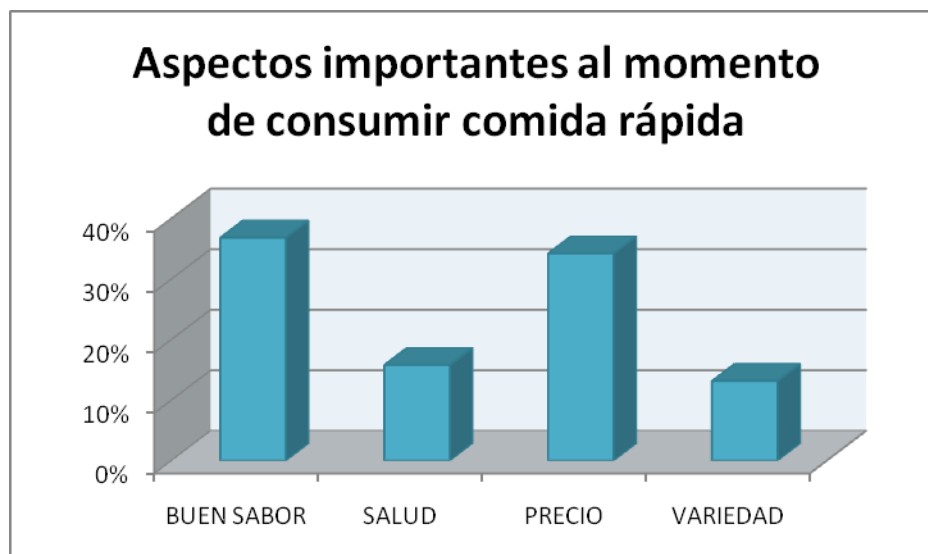
8. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera importante al momento de consumir comida rápida?

Tabla 12. Aspectos importantes al momento de consumir comida rápida

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
BUEN SABOR	141	37%
SALUD	60	16%
PRECIO	131	34%
VARIEDAD	50	13%
TOTAL	383	100%

Fuente: Autor del proyecto.

Figura 10. Aspectos importantes al momento de consumir comida rápida



Fuente: Autor del proyecto.

Al analizar las repuestas se evidencia que los aspectos con mayor importancia al consumir comida rápida son: buen sabor con el 37% seguido del precio con el 34%.

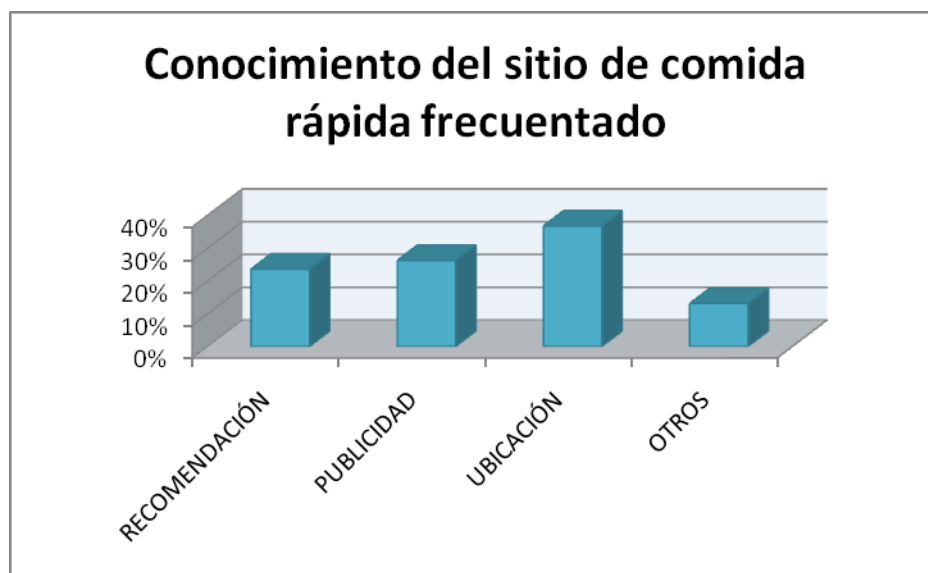
9. ¿Cómo conoció el sitio de comida rápida que frecuenta?

Tabla 13. Conocimiento del sitio de comida rápida frecuentado

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
RECOMENDACIÓN	91	24%
PUBLICIDAD	101	26%
UBICACIÓN	141	37%
OTROS	50	13%
TOTAL	383	100%

Fuente: Autor del proyecto.

Figura 11. . Conocimiento del sitio de comida rápida frecuentado



Fuente: Autor del proyecto.

Al buscar un sitio para ir comer el 37% conocieron ese lugar por la ubicación, seguido con el 26% de publicidad y 24% por sugerencia o recomendación de un amigo.

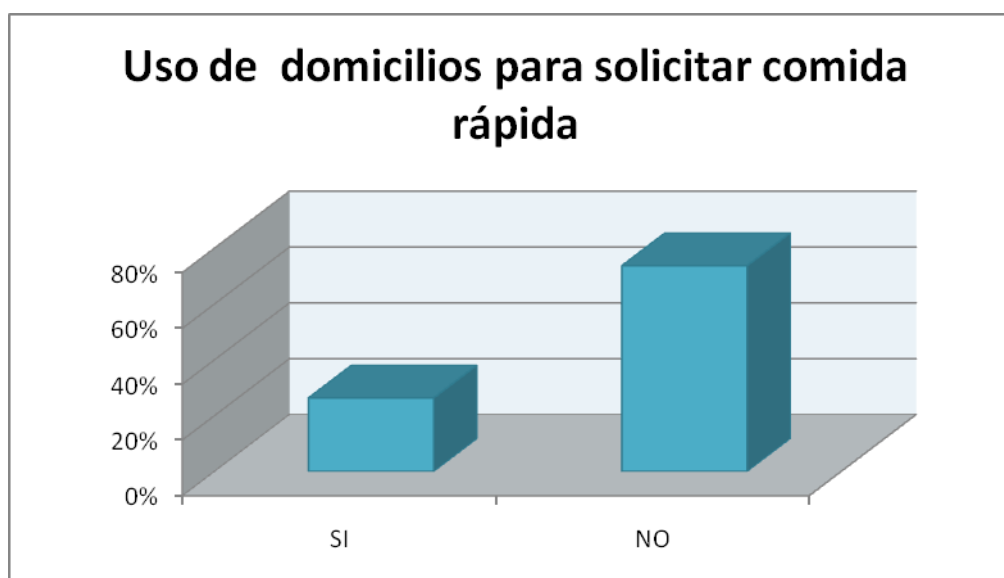
10. ¿Utiliza el servicio de domicilios para solicitar comida rápida?

Tabla 14. Uso de domicilios para solicitar comida rápida

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	101	26%
NO	282	74%
TOTAL	383	100%

Fuente: Autor del proyecto.

Figura 12. Uso de domicilios para solicitar comida rápida



Fuente: Autor del proyecto.

El 74% de los habitantes de Piedecuesta no utilizan el servicio de domicilios para solicitar comida rápida, prefieren ir y consumirla directamente en el establecimiento y solo un 26% utilizan la mensajería para solicitarla.

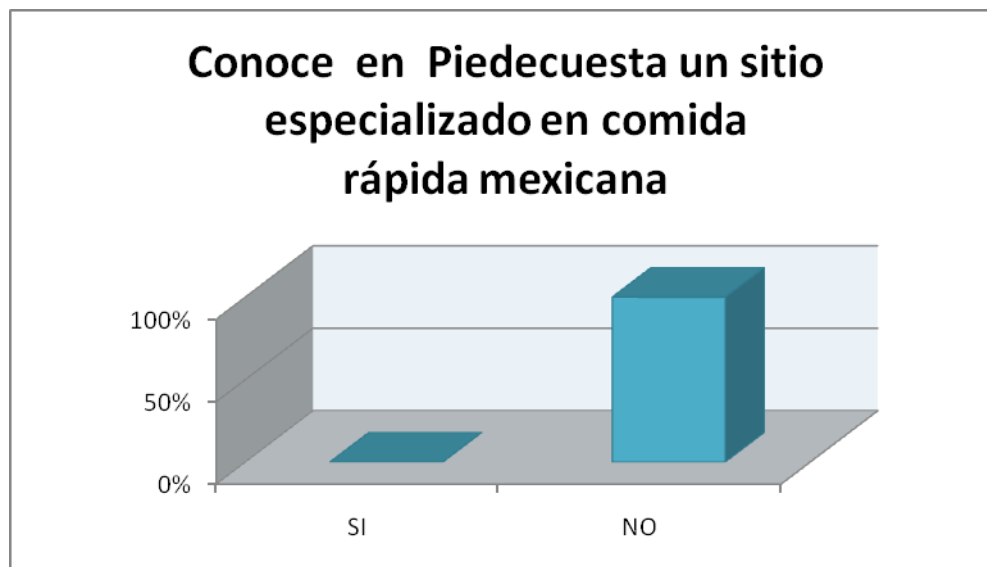
11.¿Conoce en Piedecuesta un sitio especializado en comida rápida mexicana?

Tabla 15. Conoce en Piedecuesta un sitio especializado en comida rápida mexicana

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	383	100%
TOTAL	383	100%

Fuente: Autor del proyecto.

Figura 13. Conoce en Piedecuesta un sitio especializado en comida rápida mexicana



Fuente: Autor del proyecto

El 100% de los habitantes de Piedecuesta no conocen un sitio especializado en comida rápida mexicana dentro del municipio.

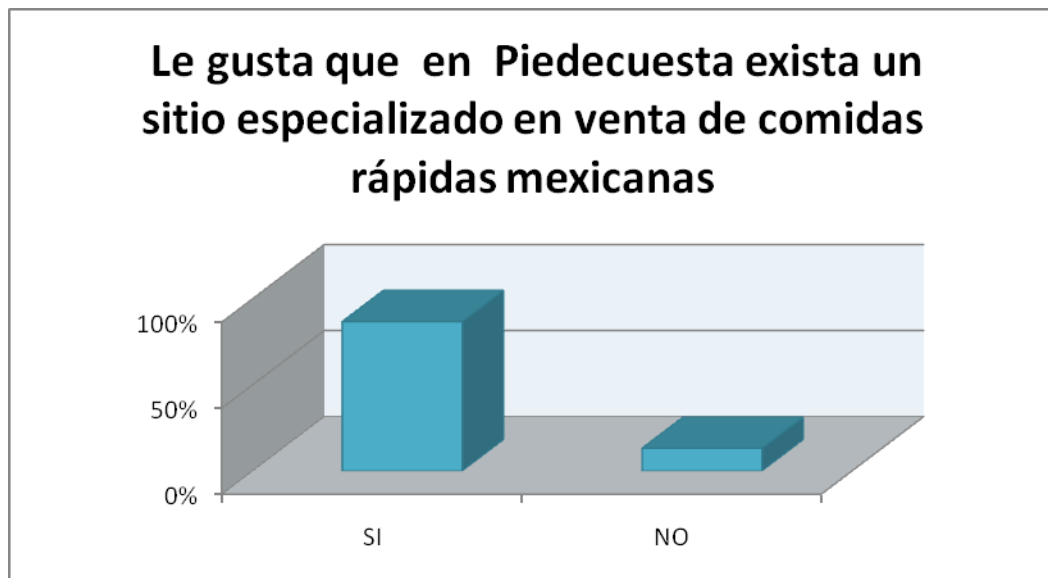
12. ¿Le gustaría que en Piedecuesta existiera un sitio especializado en venta de comidas rápidas mexicanas?

Tabla 16. Le gusta que en Piedecuesta exista un sitio especializado en venta de comidas rápidas mexicanas

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	333	87%
NO	50	13%
TOTAL	383	100%

Fuente: Autor del proyecto.

Figura 14. Le gusta que en Piedecuesta exista un sitio especializado en venta de comidas rápidas mexicanas



Fuente: Autor del proyecto.

Al 87% de los habitantes de Piedecuesta les gusta que exista un sitio especializado en venta de comida rápida mexicana en el sector, y solo el 13 no les gusta o les es indiferente.

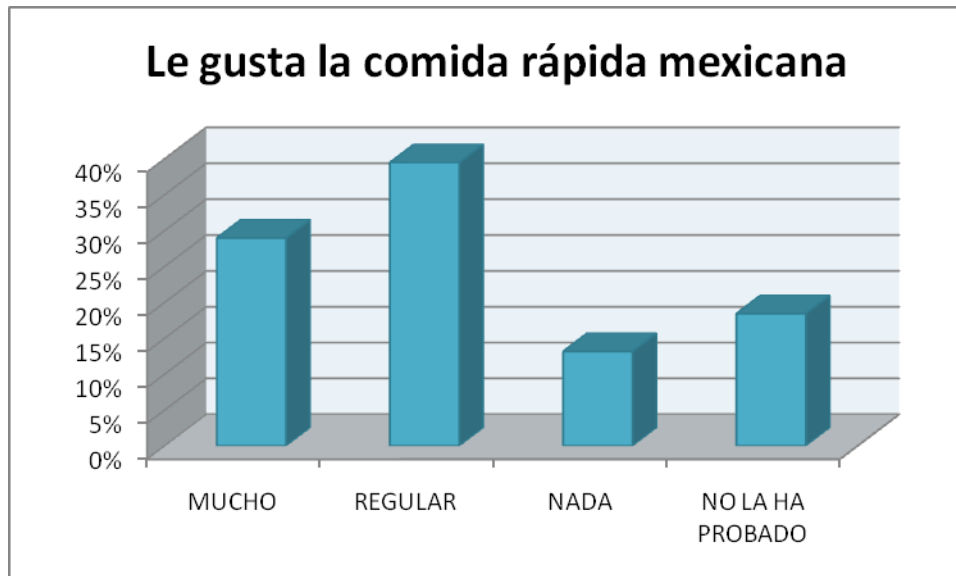
13. ¿Que tanto le gusta la comida mexicana?

Tabla 17. Le gusta la comida rápida mexicana

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUCHO	111	29%
REGULAR	151	39%
NADA	50	13%
NO LA HA PROBADO	71	18%
TOTAL	383	100%

Fuente: Autor del proyecto.

Figura 15. Le gusta la comida rápida mexicana



Fuente: Autor del proyecto.

Al analizar el gusto por la comida rápida se evidencia que en este sector hay un 18% de personas que no la han probado, pero al 29% le gusta mucho, el 39% regular y un 13% no les gusta.

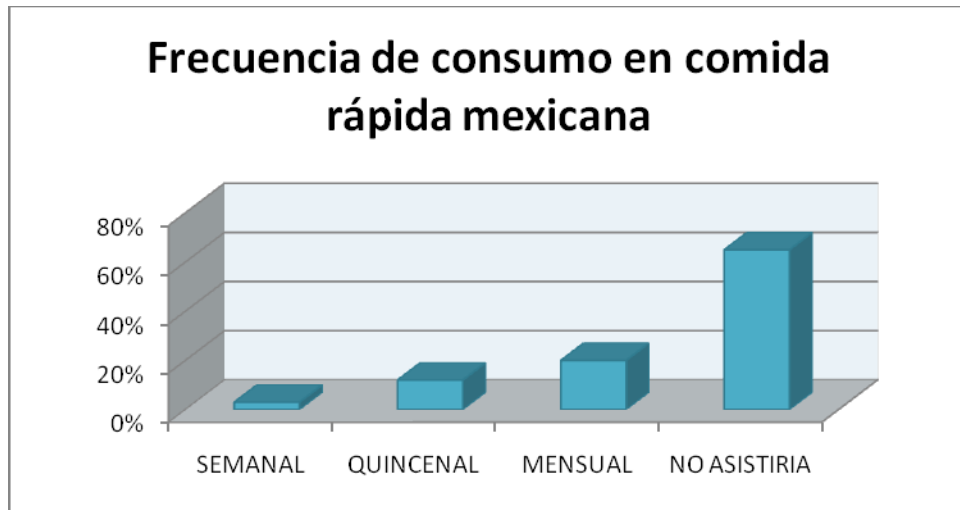
14. ¿Si existiera en Piedecuesta un establecimiento especializado en venta de comidas rápidas mexicanas con qué frecuencia las consumiría?

Tabla 18. Frecuencia de consumo en comida rápida mexicana

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SEMANTAL	11	3%
QUINCENAL	46	12%
MENSUAL	77	20%
NO ASISTIRIA	249	65%
TOTAL	383	100%

Fuente: Autor del proyecto.

Figura 16. Frecuencia de consumo en comida rápida mexicana



Fuente: Autor del proyecto.

Del total de los habitantes del municipio de Piedecuesta el 3% asistiría semanalmente, el 12% quincenal, el 20% mensual y 65% no asistiría.

Este resultado confirma que el mercado de la comida rápida mexicana no es muy grande en este sector, lo cual puede ser por falta de un sitio especializado para su

consumo. Igualmente se puede observar que hay un gran mercado para explorar ya que se consumen los demás productos de comida rápida frecuentemente.

2.4.3 Estimación de la demanda

La demanda se estima de acuerdo con la cantidad de comida rápida mexicana que se consumiría en el sector durante 1 año.

Prueba piloto: 38 encuestas

Muestra: 382.6 personas

Población: 37.556 habitantes (en la población se tiene en cuenta el 40% de los habitantes de estrato 2-4 que viven en la zona urbana), de los cuales según la pregunta sobre la frecuencia en consumo de comida rápida mexicana de la encuesta arroja los siguientes datos:

Tabla 19. Estimación de la demanda

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANT. X VECES AL MES
SEMANAL	1127	3%	4507
QUINCENAL	4507	12%	9013
MENSUAL	7511	20%	7511
NO ASISTIRIA	24411	65%	0
TOTAL	37556	100%	21031

Fuente: Autor del proyecto.

Para el cálculo se tiene: 37.556 de la población, de las cuales 1.127 asistiría semanal, 4507 quincenal y 7511 mensualmente, estos valores se multiplica por la cantidad de veces al mes aumentando la demanda a: 21.031 mensual.

Demanda= 21.031 x 12 meses

= 252.372 demanda anual

2.4.4 Evolución histórica de la demanda

El municipio de Piedecuesta se encontraba conformado por un sector urbano y otro sector rural. El sector rural por sus ventajas climáticas han dependido siempre económicamente por su agricultura, piscicultura, avicultura, ganadería, etc., siendo estas industrializadas y comercializadas ocupándose en estas prácticas laboralmente un alto grado de porcentaje por no decir que la totalidad la mano de obra campesina.

El sector urbano hace aproximadamente 30 años estaba compuesto por hoy llamado el casco antiguo. Dependiendo económicamente del proceso del tabaco, la panela, el fique, la construcción y el comercio en general. En estas actividades existía una alta ocupación de la mano de obra piedecuestana calificada que era muy poca y no calificada que representaba su mayoría. Por estas razones en ese entonces existía más seguridad social, más empleo y un pueblo muy tranquilo.

Hoy por hoy han transcurrido 30 años y la zona urbana creció notablemente, sintiéndose una transformación, fruto del crecimiento urbanístico desordenado creándose un nuevo municipio con más población de otras culturas laborales y habitacionales, palpándose la creación de un dormitorio en el municipio

Piedecuesta le apunta al desenvolvimiento de una serie de acciones compatibles con la recuperación de las condiciones de habitabilidad, logrando el desarrollo auto sostenible mediante un crecimiento pausado pero eficaz y cimentado en la excelencia de vivienda, servicios públicos, infraestructura, equipamiento y espacio público, atributos soportados por la cohesión social, la gobernabilidad y alta calidad ambiental.¹⁰

Con el desarrollo y la urbanización en el Municipio de Piedecuesta se han creado necesidades básicas para los habitantes de este sector. Lo que genera una mayor demanda para todos los sectores económicos, permitiendo el ingreso de nuevas micro empresas en el mercado de las comidas rápidas.

Según en el censo de población del DANE de 2005, el Área Metropolitana de Bucaramanga AMB mantenido un ritmo de crecimiento demográfico superior al 1,7% anual y en los cuatro municipios se sigue concentrando anualmente la población.¹¹

¹⁰. Tomado de: <http://www.alcaldia.piedecuesta.gov.co/>

¹¹ Tomado de: <http://www.minambiente.gov.co/documentos/res>

2.4.5 Proyección de la demanda

Utilizando el método de pronóstico de la demanda, proyectado a 5 años, considerando el aumento de la población, se tiene que la proyección del número de en comida rápida mexicana sería:

- AÑO 2012: $117.364 (1+0.017)^1 = 119.359$
- AÑO 2013: $117.364 (1+0.017)^2 = 121.388$
- AÑO 2014: $117.364 (1+0.017)^3 = 123.452$
- AÑO 2015: $117.364 (1+0.017)^4 = 125.550$
- AÑO 2016: $117.364 (1+0.017)^5 = 127.685$

2.5 LA OFERTA

2.5.1 Necesidades de información

Para lograr los objetivos requeridos en el diseño metodológico y de acuerdo con la encuesta que se desarrolló para conocer el manejo y control de la oferta que tiene el mercado en la actualidad, se requiere identificar y reconocer los siguientes aspectos:

- Las necesidades y expectativas del mercado
- Establecer las estrategias publicitarias efectivas para dar a conocer en el mercado
- Fluidez y fidelidad de los clientes
- Analizar la competencia en cuanto precio y servicios
- Manejo de proveedores
- Nivel de satisfacción que genera la oferta del negocio.
- Actualizar precios dependiendo de la oferta competitiva
- Identificar cuáles pueden llegar a ser los actuales y futuros competidores
- Contar con la disposición de personal capacitada para atender el mercado

2.5.2 Ficha técnica

Tabla 20. Ficha técnica de la oferta

Tipo de investigación	<p>Exploratoria: Utilizada para obtener información preliminar sobre la oferta actual del entorno en el cual se va a desarrollar la actividad comercial.</p> <p>Descriptiva: Permite seleccionar situaciones, costumbres, actitudes predominantes que involucraron objetivos, necesidades que debe tener en cuenta la oferta en su desarrollo operacional.</p> <p>Concluyente: En la selección de alternativas.</p>
Método de investigación	<p>Inductivo: éste se inicia por la observación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a conclusiones y deducciones generales que puedan ser aplicadas a situaciones similares a la observada. Este método permitirá conocer las tendencias de este mercado.</p>
Fuentes de información	<p>Primarias: Censo a los principales sitios de comidas rápidas que se encuentran dentro del municipio de Piedecuesta.</p> <p>Secundarias: apoyo en revistas, informes y páginas Web de Internet.</p>
Técnicas de investigación	<p>Censo: Se creó un cuestionario con el propósito de obtener la información necesaria.</p> <p>Censo realizado: es una técnica para establecer un contacto directo con las personas que se consideraron fuente de información con el fin de obtener más información abierta y espontánea.</p>
Instrumento para recolectar la información	Se diseñó un cuestionario compuesto por 7 preguntas de tipo cerrado y abierto de selección múltiple. (ver anexo)
Modo de aplicación	Se hará de manera directa por medio del cuestionario.
Definición de población	Unidad de Muestreo: 10 locales de comida rápida que desarrollan su actividad comercial en el centro del municipio.
Determinación de la muestra	Censo a 10 personas que laboran en los sitios de comida rápida en el centro de Piedecuesta.

Marco censal	Se hace la encuesta a las personas que administran los locales de comida rápida en el sector del mercado objetivo de este proyecto.
Alcance	La información se obtiene en el sector del centro de la ciudad de Piedecuesta comprendido en entre las calles 6 y 10 con carreras 6 y 14.
Tiempo de aplicación	Encuesta a realizar entre los días 2 al 5 de noviembre 2.010.

2.5.3 Tabulación y presentación de resultados de la oferta.

A continuación se presentan los resultados de los diez (10) establecimientos que se encontraron dentro del perímetro que se ha de tener como futura competencia, dentro del entorno del centro del Municipio de Piedecuesta. La tabulación de los datos se hace manual.

CENSO

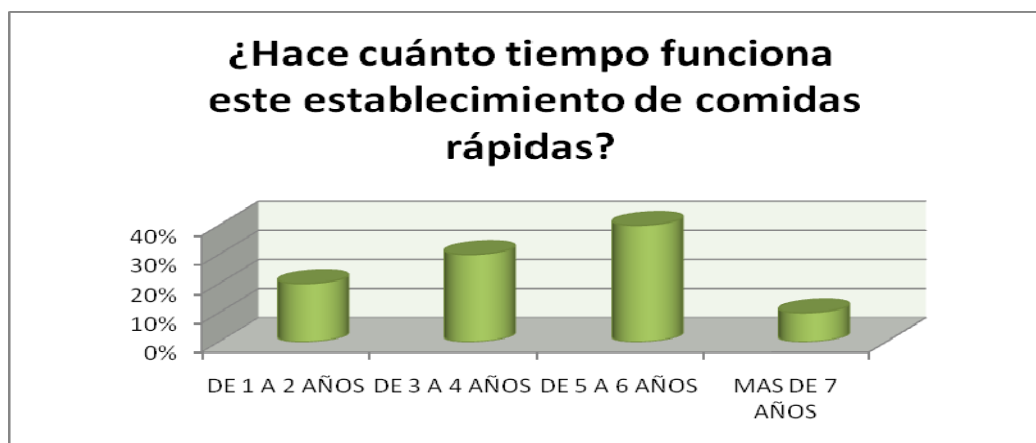
1. ¿Hace cuánto tiempo funciona este establecimiento de comidas rápidas?

Tabla 21. Tiempo de funcionamiento

PREGUNTA	RESPUESTA	PROMEDIO
DE 1 A 2 AÑOS	2	20%
DE 3 A 4 AÑOS	3	30%
DE 5 A 6 AÑOS	4	40%
MAS DE 7 AÑOS	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: investigación de mercados del autor del proyecto

Figura 17 . Tiempo de funcionamiento



Análisis: el 40% de los establecimientos tienen entre 5 y 6 años de antigüedad, de igual manera muestra que el 30% lleva entre 3 y 4 años en el mercado y el 20% tiempo inferior a 2 años lo que refleja que hay crecimiento de estos servicios en la localidad.

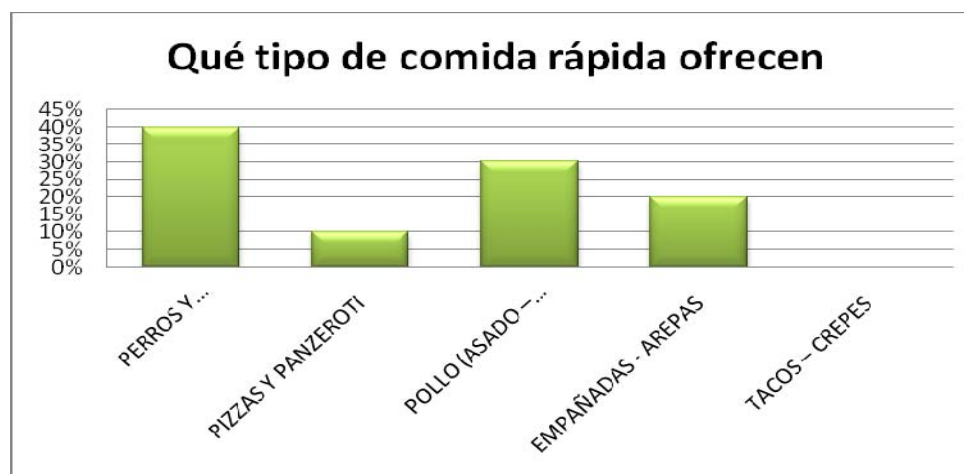
15. ¿Qué tipo de comida rápida ofrecen?

Tabla 22. Tipo de comidas ofrecidas

	# RESPUESTA	PROMEDIO
PERROS Y HAMBURGUESAS	4	40%
PIZZAS Y PANZEROTI	1	10%
POLLO (ASADO – BROASTER)	3	30%
EMPAÑADAS - AREPAS	2	20%
TACOS – CREPES	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: investigación de mercados del autor del proyecto

Figura 18. Tipo de comida ofrecida



Análisis: el 40% de los establecimientos ofrecen perros y hamburguesas, el 30% pollo, 20% empanadas y arepas, 10% pizzas y panzeroti y el 0% tacos o crepes. Lo que indica que ninguno de los locales ofrece comida rápida en este sector.

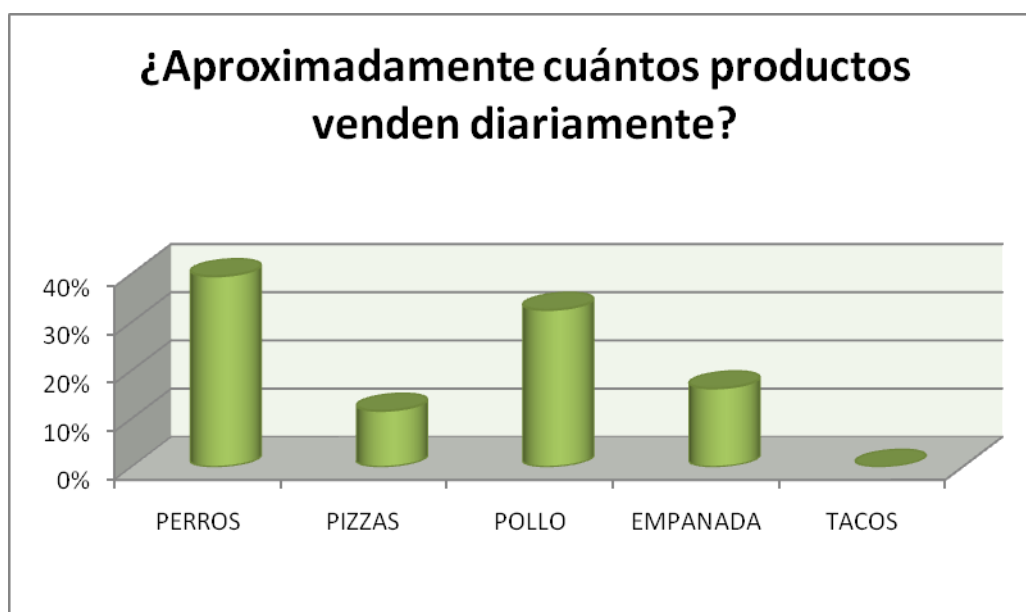
16. ¿Aproximadamente cuántos productos venden diariamente?

Tabla 23. Cuantos productos venden diariamente

	# RESPUESTA	PROMEDIO
PERROS Y HAMBURGUESAS	85	40%
PIZZAS Y PANZEROTI	25	12%
POLLO (ASADO - BROASTER)	70	33%
EMPAÑADAS - AREPAS	35	16%
TACOS - CREPES	0	0%
TOTAL	215	100%

Fuente: investigación de mercados del autor del proyecto

Figura 19. Cuantos productos venden diariamente



Análisis: el 40% de los establecimientos venden perros y hamburguesas, el 33% pollo, 16% empanadas y arepas, 12% pizzas y panzeroti y el 0% tacos o crepes. Con un promedio de ventas de 215 productos diarios.

17. ¿En qué precios oscilan los productos que venden?

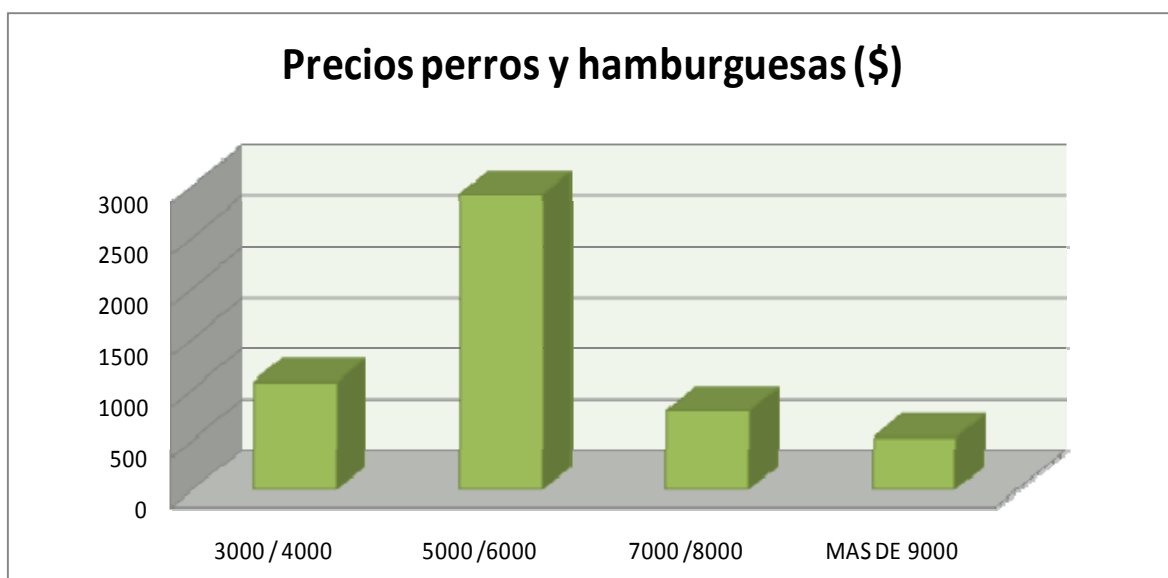
18.

Tabla 24. Precios de perros y hamburguesas

PERROS / HAMBURGUESAS	RANGO PROMEDIO	CANTIDAD	%	PROMEDIO PONDERADO
3000 / 4000	3.500	26	31%	1071
5000 /6000	5.500	45	53%	2912
7000 /8000	7.500	9	11%	794
MAS DE 9000	9.000	5	6%	529
TOTAL		85	100%	5306

Fuente: investigación de mercados del autor del proyecto

Figura 20. Precios de los productos perros y hamburguesas



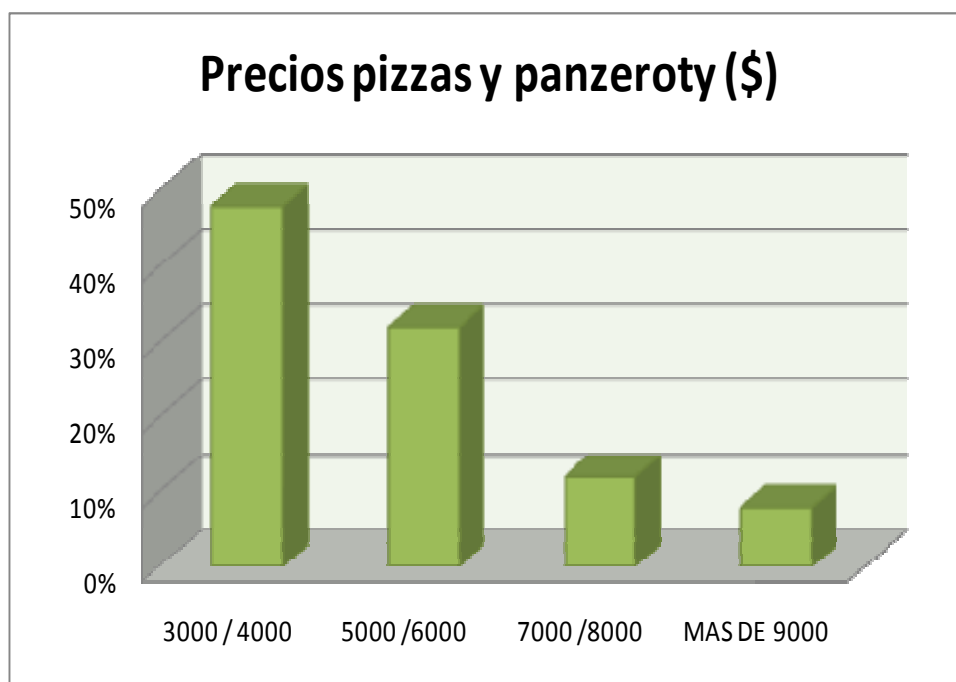
Análisis: el 53% están en 5 y 6 mil pesos, el 31% entre 3 y 4 mil pesos, el 11% entre 7 y 8 mil pesos y el 6% más de 9 mil pesos, lo que arroja un promedio ponderado de estos productos en \$5.306.

Tabla 25. Precios de pizzas y panzaroty

PIZZAS Y PANZEROTY	RANGO PROMEDIO	CANTIDAD	%	PROMEDIO PONDERADO
3000 / 4000	3.500	12	48%	1680
5000 / 6000	5.500	8	32%	1760
7000 / 8000	7.500	3	12%	900
MAS DE 9000	9.000	2	8%	720
TOTAL		25	100%	5060

Fuente: investigación de mercados del autor del proyecto

Figura 21. Precios de los productos perros y hamburguesas



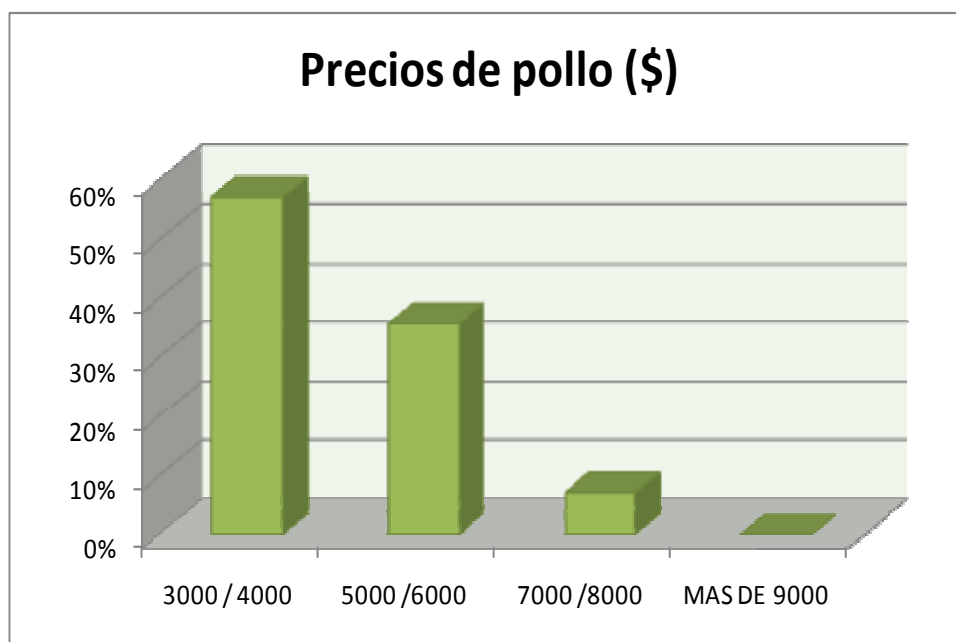
Análisis: el 48% están en 3 y 4 mil pesos, el 32% entre 5 y 6 mil pesos, el 12% entre 7 y 8 mil pesos y el 8% más de 9 mil pesos, lo que arroja un promedio ponderado de estos productos en \$5.060.

Tabla 26. Precios de Pollo

POLLO	RANGO PROMEDIO	CANTIDAD	%	PROMEDIO PONDERADO
3000 / 4000	3.500	40	57%	2000
5000 / 6000	5.500	25	36%	1964
7000 / 8000	7.500	5	7%	536
MAS DE 9000	9.000	0	0%	0
TOTAL		70	100%	4500

Fuente: investigación de mercados del autor del proyecto

Figura 22. Precios de los productos Pollo



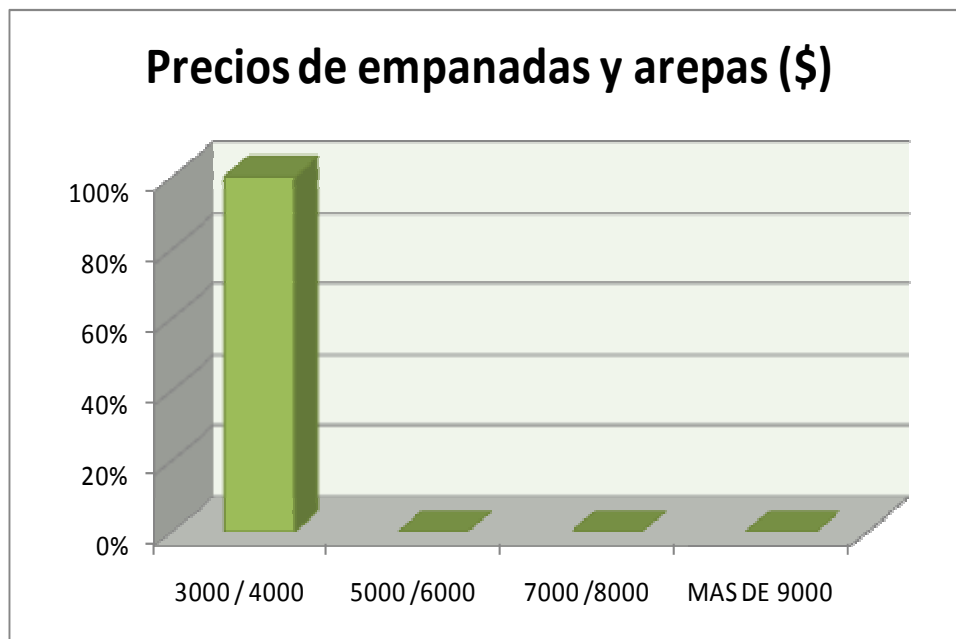
Análisis: el 57% están en 3 y 4 mil pesos, el 36% entre 5 y 6 mil pesos, el 7% entre 7 y 8 mil pesos y el 0% más de 9 mil pesos, lo que arroja un promedio ponderado de estos productos en \$4.500.

Tabla 27. Precios de empanadas y arepas

EMPANADAS Y AREPAS	RANGO PROMEDIO	CANTIDAD	%	PROMEDIO PONDERADO
3000 / 4000	3.500	35	100%	3500
5000 /6000	5.500	0	0%	0
7000 /8000	7.500	0	0%	0
MAS DE 9000	9.000	0	0%	0
TOTAL		35	100%	3500

Fuente: investigación de mercados del autor del proyecto

Figura 23. Precios de los productos empanadas y arepas



Análisis: el 100% están en 3 y 4 mil pesos, lo que arroja un promedio ponderado de estos productos en \$3.500.

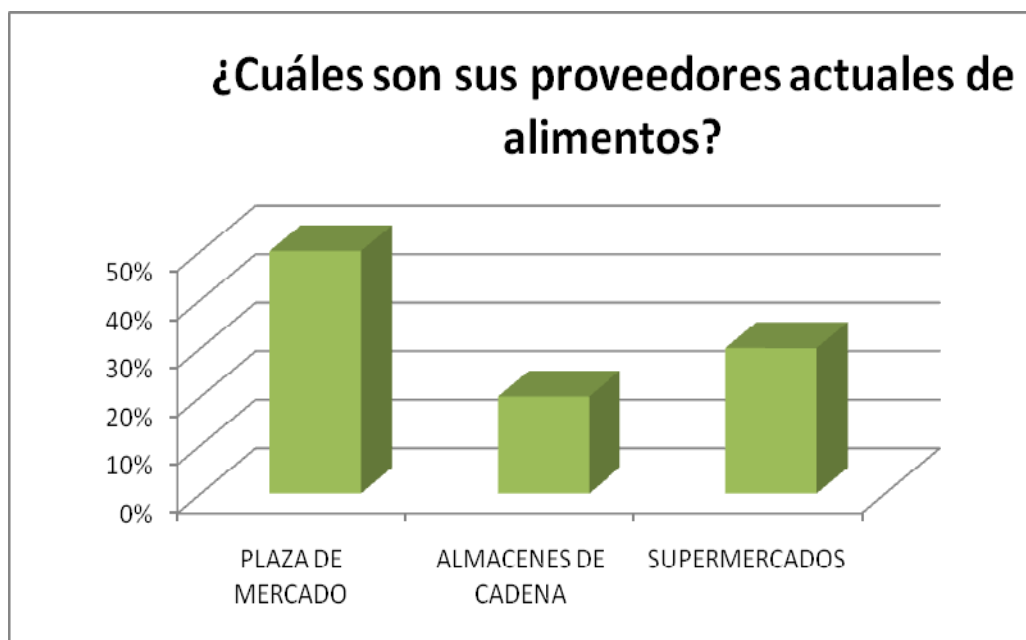
19. ¿Cuáles son sus proveedores actuales de alimentos?

Tabla 28. Proveedores actuales

	RESPUESTA	PROMEDIO
PLAZA DE MERCADO	5	50%
ALMACENES DE CADENA	2	20%
SUPERMERCADOS	3	30%
TOTAL	10	100%

Fuente: investigación de mercados del autor del proyecto

Figura 24. Proveedores actuales



Análisis: De los 10 establecimientos el 50% compra los insumos en la plaza de mercado, el 20% en almacenes de cadena y el 30% en supermercados.

20. ¿Quién es la persona encargada de hacer las compras de insumos y alimentos para el negocio?

Tabla 29. Persona encargada de hacer las compras

	# RESPUESTA	PROMEDIO
PROPIETARIO	2	20%
ADMINISTRADOR	5	50%
MENSAJERO	2	20%
AUXILIARES	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: investigación de mercados del autor del proyecto

Figura 25. Persona encargada de hacer las compras



Análisis: De los 10 establecimientos el 50% de las compras las realiza el administrador. Este tipo de apoyo permite que se maneje con buena calidad la oferta de los productos y ayuda con un trabajo de costos puesto que esa persona es la delegada en controlar el gasto y el uso de los suministros.

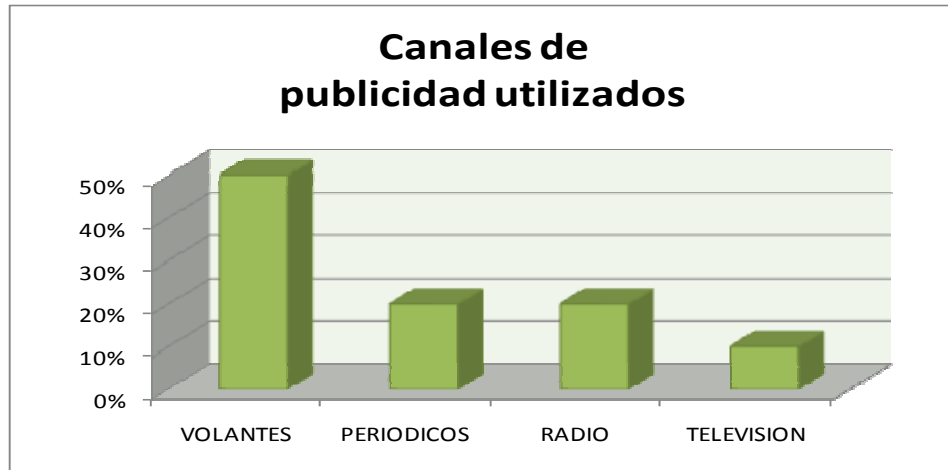
21. ¿Cuáles son los canales de publicidad utilizados?

Tabla 30. Canales de publicidad utilizados

	# RESPUESTA	PROMEDIO
VOLANTES	5	50%
PERIODICOS	2	20%
RADIO	2	20%
TELEVISION	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: investigación de mercados del autor del proyecto

Figura 26. Canales de publicidad utilizados



Análisis: De los 10 establecimientos el 50% utiliza el canal de publicidad por medio de volantes siendo este el más utilizado en el sector, seguidos por un 20% del periódico y la radio.

2.5.4 Análisis de la Situación actual de la competencia

Para efectuar el análisis de la oferta se tuvo en cuenta los principales 10 establecimientos de venta de comida rápida en el sector, los cuales son:

- Comidas rápidas Donde Jimmy
- Manolete
- La Chispa al Rojo
- Bures Sam
- Kokus Broster
- * Pizzeria y panzerotys Ferdanny
- * Pollo Riko
- * Arepis
- * Comidas Rápidas Azucar & Sal
- * Pizzeria D'cos

Tabla 31. Situación Actual de la Competencia

DEBILIDADES	FORTALEZAS
No cuenta con personal profesional para ejecutar sus labores.	Tienen un mercado establecido.
El orden y aseo no son prioridad en algunos establecimientos.	Los clientes son de larga trayectoria.
La atención que se brinda al cliente es muy baja.	Sus precios están de acuerdo con las necesidades del mercado.
No se ve comodidad en las instalaciones, ya que algunos inmuebles están muy viejos y no hay inversión en modernización del establecimiento.	Hay gran concurrencia de gente los fines de semana en el sector que están ubicados.
No hay capacitación previa al ejercicio operacional de los nuevos auxiliares, se da en la marcha.	Manejan productos tradicionales.
Hay poca inversión en promoción y publicidad.	

Fuente. Autor del proyecto

2.5.5 Proyección de la oferta

Al estudiar la proyección de la oferta se tienen en cuenta las cantidades de productos que venden actualmente los productores del bien que se va a ofrecer en el mercado; analizando las condiciones de producción de las empresas productoras más importantes.

Utilizando el método de pronóstico de la oferta se realiza una proyección de la misma para un periodo de 5 años, considerando el crecimiento del sector en un 5% según base de datos de la cámara de comercio.

Tabla 32. Proyección de la Oferta

PRODUCTOS	VENTA DIARIA	PROYECCION VENTAS				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PERROS Y HAMBURGUESAS	85	26.520	27.846	29.238	30.700	32.234
PIZZAS Y PANZEROTI	25	7.800	8.190	8.600	9.029	9.479
POLLO (ASADO – BROASTER)	70	21.840	22.932	24.079	25.283	26.546
EMPAÑADAS - AREPAS	35	10.920	11.466	12.039	12.641	13.272
TOTAL	215	67.080	70.434	73.956	77.653	81.532

Fuente: Autor del proyecto, con base en Cámara de comercio; crecimiento del sector al año 2.008 del 5%.

2.6 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA

Con el análisis que resultó del trabajo de campo, se evidencio que la oferta actual no cuenta con un servicio de comidas rápidas mexicanas. Además que en este sector la mayoría de los establecimientos tienen entre 5 y 6 años de antigüedad, hay varios locales con tiempos inferiores a 4 años lo que refleja que hay crecimiento de este mercado en el municipio de Piedecuesta.

Según el ejercicio operacional a desarrollar para el establecimiento de comida rápida mexicana de las 382 encuestas realizadas, 248 de personas estarían dispuestas a consumir los productos, siendo estos los primeros clientes. Lo que corresponde al 65% de la participación en la toma de datos.

Tabla 33. Proyección y relación demanda oferta

AÑO	DEMANDA	OFERTA	INSATISFACION
2.012	77370	67080	10290
2.013	81238	70434	10804
2.014	85300	73956	11344
2.015	89565	77654	11911
2.016	94043	81537	12506

Fuente: Cámara de comercio; crecimiento del sector al año 2.008 del 5%.¹²

La insatisfacción se obtiene teniendo en cuenta el cubrimiento actual del 86.7% de la oferta. Estas cantidades corresponden a la demanda que se puede entrar a ganar.

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACION

El principal canal de comercialización para una empresa de comida rápida es la atención personalizada en el puesto de atención, ya que se pudo determinar que más del 70% de los consumidores asisten directamente. Aunque el 30% es un cifra significativa para los clientes que prefieren utilizar el servicio a domicilio, siendo este otro canal de comercialización que ayuda a aumentar la operación comercial del negocio.

¹² www.sintramites.com/renovnet

2.7.1 Estructura de los canales actuales

En los últimos años se desarrolló una fuerte tendencia hacia el marketing directo, éste utiliza medios para lograr una respuesta o transacción medible en cualquier lugar. El avance de la tecnología ha sido elemento fundamental de este tipo de marketing.

El marketing que se puede realizar en la empresa es: Marketing estratégico y el marketing operativo (táctico).

- **Estratégico:** analiza las necesidades de los clientes y la organización administrativa y operativa. Otra función que realiza es el seguimiento de la evolución del mercado e identifica los diferentes productos – mercado. La función del marketing estratégico es poder orientar a la empresa hacia las oportunidades económicas atractivas para ella, es decir, completamente adaptadas a sus recursos, a su saber hacer y al ofrecimiento de un recurso potencial de crecimiento y rentabilidad. El marketing estratégico fija la misión de la empresa.
- **Operativo o táctico:** está centrado en la realización de un objetivo de cifras de ventas. Con determinados presupuestados de marketing autorizados debe realizar objetivos de cuota de mercado a alcanzar.¹³

2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales

Tabla 34. Ventajas y desventajas de los canales actuales

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Identificar con claridad las debilidades de la empresa y de los procesos operacionales en el desarrollo comercial	El tiempo y desgaste de personal en los cambios de procesos que se realizan
Fortalecer las oportunidades y desarrollar un plan de ejecución para no repetir los procesos errados	En la parte financiera se debe verificar la inversión que se le asignaría inicialmente a este proceso.
Presupuestar los objetivos o las metas a alcanzar.	

Fuente: autor del proyecto.

¹³ www.marketing-eficaz.com/

2.7.3 Selección de los canales de comercialización

El mejor canal de comercialización que se debe llevar a cabo en una empresa de comida rápida es la atención personalizada, ya que es el contacto directo con el cliente y será el canal que se ejecutara en este proyecto; también se ofrecerá servicio a domicilio para las personas que no deseen salir de casa.

Figura 27. Selección canal de comercialización



2.8 PRECIO

2.8.1 Análisis de precios

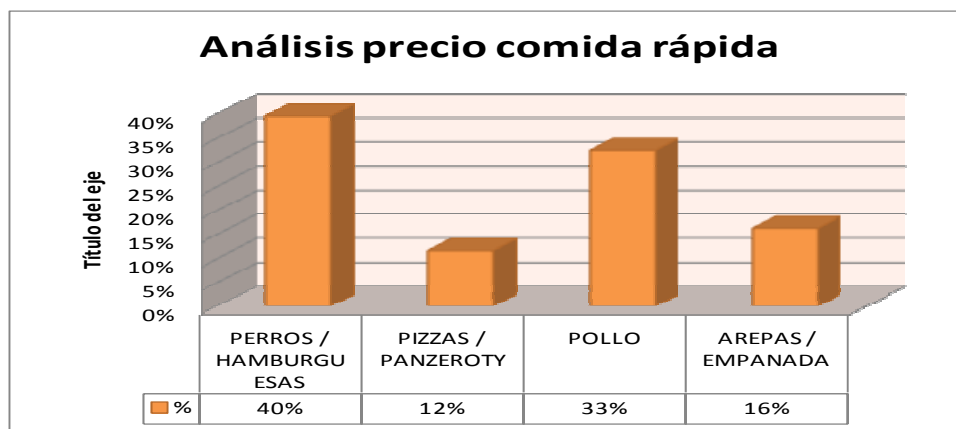
Actualmente en centro de Piedecuesta los precios promedio ponderado en el mercado oferente de comida rápida por persona están en un rango de \$3.500 a \$6.000; cuando tienen o solicitan algo adicional se le cobra un valor excedente, quedando en un máximo de \$7.500 a \$9.000.

Tabla 35. Análisis de los precios actuales

PRODUCTOS	PROMEDIO PONDERADO	CANTIDAD	%
PERROS / HAMBURGUESAS	5.306	85	40%
PIZZAS / PANZEROTY	5.060	25	12%
POLLO	4.500	70	33%
AREPAS / EMPANADA	3.500	35	16%
TOTAL		215	100%

Fuentes: autor del proyecto

Figura 28. Análisis precios comida rápida



Fuentes: autor del proyecto

2.8.2 Estrategias de fijación de precios

Toda empresa que inicia su actividad comercial lleva en mente obtener rentabilidad económica, en el caso de la factibilidad de crear una empresa de comida rápida mexicana lo importante es poder llevar a cabo un desarrollo comercial, económico y financiero, dentro de los parámetros legales que se cubre en el entorno gastronómico. Por eso es importante llevar un costo bien definido con cada uno de los materiales que

se utilizan en la ejecución de sus procesos para el desarrollo de las operaciones cotidianas.

En la actualidad uno de los factores más importantes en el momento de adquirir un producto es el precio, ya que buscan economía o reducción de costos pues es un producto básico que consumen a menudo, por eso es importante abrir mercado con un precio accesible a todos los consumidores.

Con base en el presupuesto operacional, se deben fijar unos indicadores de crecimiento que son los que reflejan y evalúan el desarrollo financiero del negocio y permiten fijar o ajustar de manera correcta los precios de los productos.

La estrategia que se empleará para el manejo de precio de venta será de penetración, se fijara un precio inicial bajo para conseguir entrar al mercado de manera rápida y eficaz, teniendo en cuenta que los productos actualmente no se están comercializando en el sector y que hay un porcentaje importante de personas que no lo han consumido por primera vez. Sin descuidar el costo de los productos y el margen de rentabilidad.

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCION

2.9.1 Objetivos

- Informar sobre la creación de una nueva empresa de comidas rápidas mexicanas en el municipio de Piedecuesta.
- Impactar con una imagen positiva, de cambio en los productos gastronómicos con el ingreso de un nuevo sitio de comidas rápidas.
- Persuadir los clientes que lleguen a las instalaciones a que consuman los productos que se ofrecen.
- Recordar o dejar en la memoria de los habitantes de Piedecuesta la imagen de la empresa y de los productos.

2.9.2 Logotipo

Figura 29. Logotipo¹⁴



El logo es una concepción artística basada en un círculo el cual tiene la imagen de un sombrero mexicano para identificar el origen de la comida que pueden encontrar en este lugar.

- Verde - es el color de la ESPERANZA
- Rojo – expresa alegría entusiasmo y comunicación
- Amarillo – ilustra dinamismo, energía y la visión hacia un futuro próspero.

2.9.3 Lema

El lema que llevará la empresa es:

“COMIDAS RAPIDAS TOKAS” EL SABOR DE LO DIFERENTE

Con este lema se pretende llamar la atención de los clientes rescatando buen sabor y productos diferentes.

¹⁴ Fuente: www.mundofoto

2.9.4 Análisis de medios

En los medios publicitarios se debe analizar el comportamiento del target, cómo, quien y dónde se consumen los distintos medios de la actividad competitiva.

Cualquier estrategia de medios debe reflejar el máximo riesgo para las inversiones que se pueden hacer en la empresa. El trabajo de análisis con la competencia debe ser fundamental para facilitar la toma de decisiones. En ello la empresa contratante debe brindar las herramientas necesarias para dar una cobertura proyectada y una penetración comercial bien establecida.

Radio. Es un medio de transmisión muy personal, selectiva y dirigida a gustos individuales en las personas que la escuchan. Es un medio de comunicación móvil que se convierte en la compañía de muchas personas que la sintonizan en sus lugares de trabajo, de esparcimiento y en sus hogares. Buscan sentirse atraídas por alguna novedad en el mercado vigente.

Televisión. Es un medio publicitario muy acogedor, puesto que es empleado por la mayoría de los gremios comerciales que cubren todos los segmentos de la población nacional. Es muy costoso llegar a él, pero genera grandes expectativas en los televidentes.

Prensa. Contratar el medio local dominante de entrega diaria, crear la mejor credibilidad frente al público e implementar graficas y colores, son las mayores tendencias en los periódicos nacionales.

Volantes. La distribución de estos medios publicitarios debe ser en forma masiva, para atacar un mercado objetivo que se llene de grandes expectativas y logre entrar a una cobertura de acaparamiento empresarial, creando la necesidad de consumir los productos que le están ofreciendo por medio de este volante publicitario.

Vallas publicitarias. Estos rótulos luminosos llenos de color y de imágenes llamativas, se deben instalar con un consentimiento que otorga la alcaldía de la ciudad. La ubicación estratégica de cada pendón o pasacalle debe ser fundamental en la

captación de miradas, en puntos de valorización donde la gente tenga toda la posibilidad de ver una valla publicitaria, sin tener que correr por el tráfico de la ciudad.

2.9.5 Selección de medios

Teniendo en cuenta el servicio ofrecido, las características del negocio y la ubicación geográfica, se han seleccionado los siguientes medios publicitarios

Volantes

Anuncios de prensa

Avisos radiales

Página sitio Web

Se escogieron estos medios por acceso rápido, directo y económico al posible cliente.

2.9.6 Estrategias Publicitarias

Dentro de las estrategias publicitarias se van a realizar dos eventos importantes para dar a conocer el establecimiento:

- Cóctel de lanzamiento el cual estará enfocado a las personalidades del municipio tales como el Alcalde, los Concejales, Secretarios de la alcaldía, propietarios de negocios etc. Se les enviara una tarjeta de invitación personalizada.

- Para la inauguración del establecimiento comercial se distribuirán volantes en el centro de la ciudad y barrios aledaños, donde se invitara a conocer el sitio y a degustar los productos. Se contara con la participación de la orquesta piedecuestana Son Panela.

Para la operación normal y para continuar manteniendo en el mercado y la imagen del establecimiento y generando una recordación en el cliente objetivo, se utilizarán las siguientes estrategias publicitarias de operación:

Prensa.

Página Web.

Volantes.

2.9.7 Presupuesto De publicidad y promoción

Para esta parte del proyecto se tendrán como base las cotizaciones que han presentado los futuros proveedores.

Las estrategias publicitarias a emplear para dar a conocer el sitio de comidas rápidas, se consideran de dos clases:

- Publicidad de lanzamiento. Esta publicidad se estima para realizar el primer mes de la puesta en marcha de la operación del restaurante, la cual asciende a un valor de:

Tabla 36. Presupuesto de publicidad de lanzamiento

PUBLICIDAD DE LANZAMIENTO	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL
Pauta en Radio	20	14.500	290.000
Perifoneo	20	9.000	180.000
Pancartas, imagen publicitaria, volantes, anuncio vanguardia. Otros		varios	600.000
TOTAL			1.070.000

Fuente: Autor del proyecto

- Publicidad de operación. Para continuar y mantenerse en el mercado se pondrá en marcha la publicidad de sostenimiento, mediante publicidad permanente, volantes, anuncios de prensa y página Web.

2.9.8 De operación

Tabla 37. Operación

PUBLICIDAD DE OPERACIÓN	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VALOR MES	VALOR AL AÑO
Volantes	500(4 veces al año)	450	75.000	900.000
Pasacalles	1(en el año)	100.000	8.333	100.000
Pendón	2(en el año)	60.000	10.000	120.000
Anuncio periodico local	12 meses	45.000	45.000	540.000
TOTAL			138.333	1.660.000

Fuente: Autor del proyecto

2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

El mercado de comidas rápidas en el municipio de Piedecuesta está cubierto por comidas tradicionales, sin embargo lo que hace que el desarrollo de un negocio tenga aceptación, es la innovación y diferenciación del producto, este sector se encuentra en crecimiento, siendo esta una oportunidad para ingresar a nuevos mercados.

COMIDAS RÁPIDAS TOKAS es una idea de negocio que busca innovar con el ingreso de comida rápida mexicana a este municipio, buscando satisfacer de forma directa las necesidades del consumidor.

Durante la investigación del proyecto se encontró viable la creación de la empresa de comida rápida mexicana en Piedecuesta ya que no hay competencia directa en cuanto al concepto de negocio o a los productos personalizados, siendo un negocio diferenciador. A pesar que hay competidores fuertes con productos reconocidos en el sector.

Se estableció que en el sector hay un mercado considerable y que hay nichos de mercado que no están satisfechos, lo que genera oportunidad para la creación del nuevo negocio.

El presupuesto inicial para el lanzamiento del negocio es de \$5.050.000.

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Con éste estudio se define la capacidad con que se cuenta para la prestación del servicio de preparación de alimentos durante la vida útil del proyecto. Refiriéndose a la decisión del volumen óptimo de dicha prestación del servicio, de acuerdo con el estudio de mercado y para definir la cantidad de prestación del servicio por unidades tacos para un período de tiempo diario.

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto está sujeto a factores tales como la prestación de un servicio, la mano de obra, el mercado, la tecnología, etc. En este proyecto, específicamente, se busca atender la demanda en un 25% de comidas rápidas para los habitantes del municipio de Piedecuesta, con una producción inicial de 100 unidades de tacos los fines de semana de viernes a domingo y 50 de lunes a jueves.

3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto

Entre los factores que condicionan el proyecto se encuentran:

El tamaño del proyecto y la demanda. Es el factor condicionante principal para la determinación del tamaño del proyecto, dependiendo de la demanda insatisfecha de comidas rápidas que se ha diagnosticado para el sector que conforma la población objetivo.

Disponibilidad de insumos y suministros. Este factor es de fácil adquisición no limita en gran cantidad el tamaño del proyecto ya que los alimentos como: las carnes rojas, carnes blancas, quesos, vegetales, salsas y harina que se requieren en la preparación de los productos serán obtenidos en su mayoría en la plaza de mercado

local, ya que manejan productos de buena calidad, frescos, a buen precio y por la cercanía del lugar se minimizan costos de transporte. En los insumos administrativos, tendrá proveedores que se manejarán en la especialización de proveer papelería, tintas, lápices, cintas y hojas con membrete, entre otros artículos, que se han de requerir en el desarrollo del ejercicio. Estos últimos serán suministrados por diferentes proveedores ubicados en Bucaramanga, asegurando el abastecimiento en términos de precios, calidad, cantidad y oportunidad.

El tamaño del proyecto, la tecnología y los equipos. La tecnología que requiere este proyecto se enfoca en los equipos de cocina y sus utensilios, puesto que deben tener características de tipo industrial. Las licuadoras, los picadores de verdura, las freidoras, los sartenes, los calderos, los cucharones deben ser grandes y resistentes para el trabajo pesado y constante en la producción de la cocina. Este factor condiciona el tamaño del proyecto pues si se requiere más producción diaria se debe ampliar el tamaño o la cantidad de los equipos.

Tamaño del proyecto y financiamiento. Para el desarrollo del proyecto se cuenta con una inversión inicial de trece millones de pesos mcte aproximadamente (\$13.000.000) los cuales corresponden a ahorros del inversionista, los recursos económicos faltantes para el inicio o arranque del negocio se tramitara por crédito con una entidad financiera. Lo importante es que el monto de inversión inicial sea suficiente para atender las necesidades de las instalaciones para la realización del proyecto.

El tamaño del proyecto y la organización. Cuando se hace un estudio para determinar el tamaño apropiado para el proyecto, es necesario asegurarse que se cuenta con el personal suficiente y apropiado para cada uno de los procesos de la preparación de los alimentos, por tratarse de una actividad gastronómica. El servicio requiere de personal especializado y con grandes habilidades en el manejo de los alimentos.

3.1.3 Capacidad del proyecto.

La capacidad del proyecto está definida por la capacidad diseñada e instalada. A su vez, depende básicamente de la mano de obra, los servicios y el tiempo establecido para la operación del servicio.

3.1.3.1 Capacidad total diseñada por línea de producto o servicio. Corresponde a un total máximo de capacidad ofertada por el sitio de comida rápida. Se proyecta a 5 años

Tiempo de producción

$$\begin{aligned} 1 \text{ turno/día} \times 8 \text{ horas/día} \times 2 \text{ empleadas} &= 16 \text{ horas/día} \\ 16 \text{ horas/día} \times 60 \text{ minutos/hora} &= 960 \text{ minutos/día} \\ 960 \text{ minutos/día} - 60 \text{ minutos/día} &= 900 \text{ minutos/día} \\ \text{(descontando un tiempo ocioso 60)} & \\ \text{minutos/día} & \end{aligned}$$

Tabla 38. Capacidad del proyecto

Numero de Empleados	Minutos por Empleado (Un Turno)	Minutos requeridos (por unidad producida)	Capacidad total diseñada (Mes)	Capacidad total diseñada (Año)
2	900	7	3.343	40.114

Fuente: Autor del proyecto

3.1.3.2. Capacidad instalada. La capacidad instalada en el proyecto se determina con base en la cantidad máxima de servicios que pueden brindar con los recursos físicos y capacidad máxima de recurso humano (2 operarios) por unidad de tiempo. En este caso es igual la capacidad diseñada con la capacidad instalada. La capacidad máxima de recurso humano 2 operarios, que laborarán en el área de cocina durante un turno diario, que empieza a las 4 pm completando una jornada de 8 horas a las 12 pm

durante 6 días a la semana: de martes a domingo, descontando un tiempo ocioso 60 minutos/día distribuidos en 30 minutos/día para suplemento y descanso y 30 minutos/día para aseo y limpieza.

Tabla 39. Capacidad operacional

Tiempo de Produccion				
Alistamiento de Insumos		3		Minutos
Preparacion		2		Minutos
Armado y Montaje del plato		2		Minutos
Total Proceso		7		Minutos

Numero de Empleados	Minutos por Empleado (Un Turno)	Minutos requeridos (por unidad producida)	Capacidad total diseñada (Mes)	Capacidad total diseñada (Año)
2	900	7	3.343	40.114

Fuente: Autor del proyecto

3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada. Es la fracción de capacidad instalada en el establecimiento que se estará empleando para el desarrollo de la operación en dimensiones especiales como: Número de trabajadores, número de elementos, tiempo de proceso y comportamiento del mercado. La jornada laboral es de martes a domingo 8 horas diarias.

Tabla 40. Capacidad utilizada proyectada

Crecimiento del 3% anual					
Año	Unid. día	Días hábiles	Meses	Año	Servicio
1	112	26	12	34.800	Tacos
2	115	26	12	35.844	Tacos
3	118	26	12	36.919	Tacos
4	122	26	12	38.027	Tacos
5	126	26	12	39.168	Tacos

Fuente: Autor del proyecto

3.2 LOCALIZACIÓN

3.2.1 Macro localización

El establecimiento de comidas rápidas mexicanas estará ubicado en la zona centro del municipio de Piedecuesta – Santander; dentro del perímetro enmarcado entre las calles 6 y 10 con carreras 8 y 10. Se elige este municipio por el crecimiento que ha tenido en los últimos años, tal como lo describen los diferentes medios de comunicación sobre las tendencias para las nuevas construcciones.

“El crecimiento del Área Metropolitana en los próximos años lo va a soportar Piedecuesta, en 20 años su población podrá igualar a Bucaramanga. Este fenómeno será una realidad partiendo de la base que Piedecuesta cuenta con la mayor reserva de terrenos aptos para la construcción según su Plan de Ordenamiento Territorial.”¹⁵

La zona urbana ha crecido enormemente, creando necesidades múltiples, con opciones de crear empresa y combatir el desempleo que se presenta en la mayoría de las economías regionales.

“El Municipio de Piedecuesta busca convertirse en un territorio competitivo del nivel regional, en los sectores de la producción agropecuaria diversificada, tecnológico y turismo ecológico de aventura y deportivo, permitiendo a sus habitantes mantener un bienestar social dentro de un territorio agradable y cohesionado institucionalmente para lograr un desarrollo individual y colectivo sostenible.”¹⁶

¹⁵ Tomado <http://www.elfrente.com.co/opinion/piedecuesta-metropolis-del-futuro>

¹⁶ Tomado <http://www.alcaldiadepiedecuesta.gov.co/>

Figura 30. Panorámica de Piedecuesta



Fuente www.guiarte.com/mapas.../satelite_poblacion_piedecuesta.html

3.2.2 Micro localización

Al determinar la ubicación más adecuada para el funcionamiento del restaurante se tienen en cuenta diferentes factores, tal como los permisos de funcionamiento comercial especificados en el Plan de Ordenamiento Territorial, la información proyectada por el estudio de mercados donde se evidencia que el lugar con mayor afluencia de personas para el comercio es el centro de Piedecuesta, el cual está ubicado entre las calles 7 y 10 con carreras 6 y 11. Con esta información se continúa a identificar los demás factores medibles para la micro localización del establecimiento de comida rápida mexicana.

Selección de factores y grados. Se determinan los siguientes factores considerando que son los de mayor incidencia en el momento de tomar una decisión. Se asignan tres grados por factor:

F1 Costo de arrendamiento

Grado 1 Muy costoso Mayor a \$3.000.000=

Grado 2 Costoso Entre \$1.200.000= y \$3.000.000=

Grado 3 Económico Menor a \$1.200.000=

F2 Local amplio, cómodo y ventilado

Grado 1 Muy amplio

Grado 2 Amplio

Grado 3 Pequeño

F3 Acceso a parqueo

Grado 1 Alto El sitio de parqueo es adecuado y cerca

Grado 2 Medio El sitio de parqueo es retirado

Grado 3 Baja No hay sitio disponible para parqueo

F4 Disponibilidad de vías de acceso

Grado 1 Malo Es mínimo el número de vías

Grado 2 Regular Es regular el número de vías

Grado 3 Bueno Es adecuado el número de vías

F5 Seguridad del Sector

Grado 1 Alto

Grado 2 Medio

Grado 3 Baja

Ponderación y puntuación de factores y grados. A cada factor se le asigna un puntaje que se distribuye entre sus grados. También se asigna la ponderación.

Tabla 41. Ponderación y puntuación de factores y grados

ITEM	NOMBRE DEL FACTOR	GRADOS	PUNTAJE		CALLE 7 / CRA 8	CALLE 8 / CRA 8	CALLE 9 / CRA 10
1	Canon arrendamiento	a. Muy costoso	50	25	100	50	100
		b. Costoso	100				
		c. Económico	200				
2	Amplio, cómodo y ventilado	a. Muy amplio	100	25	100	200	50
		b. Amplio	200				
		c. pequeño	50				
3	Facilidad de parqueo	a. Alta	250	15	50	50	150
		b. Media	150				
		c. Baja	50				
4	Vías de acceso	a. Malo	50	20	250	250	100
		b. Regular	100				
		c. Bueno	250				
5	Seguridad del sector	a. Alta	200	15	100	100	100
		b. Media	100				
		c. Baja	50				
TOTAL				100	600	650	500

Fuente: Autor del proyecto

De acuerdo con los resultados obtenidos en el método de puntos, se determina la ubicación del restaurante en la siguiente dirección: calle 8 con carrera 8, en el centro de Piedecuesta.

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la prestación de servicios.

La ingeniería tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto, cuya disposición en planta con lleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad a los equipos y maquinarias elegidos.

El estudio de la ingeniería está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o en la prestación de un servicio.¹⁷

¹⁷ Gestión de proyectos Identificación- formulación- evaluación

3.3.1 Ficha técnica del producto

Tabla 42. Ficha Técnica del producto

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO	
Servicio principal	Producto tipo mexicana a base de tortillas de maíz redondas de aproximadamente 20 cm de diámetro y 2 o 3 mm de grosor, dobladas o enrolladas en las cuales se introducen varios tipos de alimentos
Diseño	Según la preferencia de los clientes, suelen acompañarse de pollo, res, jamón, salami, camarones, champiñones, quesos, cebolla, lechuga, tomate, guacamole, aceitunas y demás; Se adereza con salsas (incluso mayonesa y crema de leche), cebolla picada o cilantro.
Especificaciones técnicas	Menús con contenido nutricional de 1.500 a 1.700 calorías, contando con todos los grupos de alimentos necesarios para tener un óptimo estado nutricional.
Vida útil	La vida útil del producto es para consumir en el menor tiempo después de preparado, tratando de no exceder de 48 horas.

Fuente: Autor del proyecto

Tabla 43. Ficha Técnica del servicio

FICHA TECNICA DEL SERVICIO	
SERVICIO PRINCIPAL	Atención especial durante el consumo de los alimentos en el establecimiento.
DISEÑO DEL SERVICIO	La prestación del servicio se hará de manera directa con el cliente en donde la calidad de la atención del talento humano será lo más importante.
ESPECIFICACIONES TECNICAS DEL SERVICIO	El servicio se caracterizará porque el cliente cancela el producto al momento de su llegada, para luego disfrutar la atención y el consumo de los productos.

Fuente: Autor del proyecto

3.3.2 Descripción técnica del proceso

Este diagrama presenta los momentos de verdad del cliente dentro de establecimiento, haciendo uso de los servicios que se prestan, desde su llegada hasta que se retira.

Tabla 44. Descripción técnica del proceso

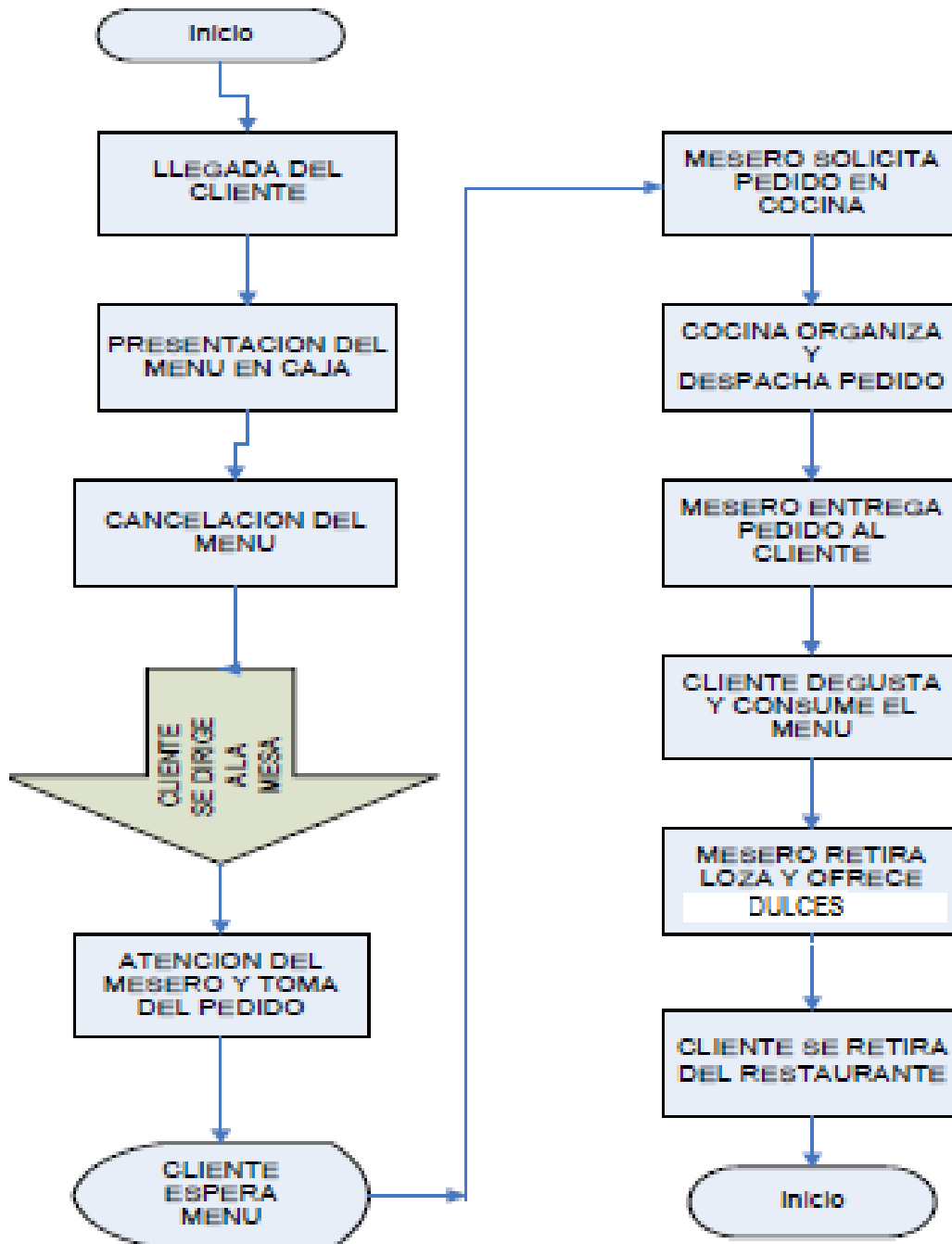
PASO	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO /MINUTOS
1	Llegada del cliente.	Cliente	01:00
2	Presentación del menú en la caja.	Cajero	01:00
3	Examina la oferta de los productos, escoge y cancela el menú seleccionado.	Cliente	03:00
4	El cliente se dirige a la mesa	Cliente	01:00
5	El mesero lo atiende tomando el pedido.	Mesero	01:00
6	Cliente espera su menú.	Cliente	*07:00
7	Mesero solicita pedido en la cocina.	Mesero	00:30
8	En la cocina organizan y despachan el pedido.	Jefe de cocina	07:00
9	Mesero entrega el pedido al cliente.	Mesero	00:30
10	Cliente degusta y consume los productos.	Cliente	20:00
11	Mesero retira loza, envases y ofrece un dulce.	Mesero	02:00
12	Cliente se retira del establecimiento.	Cliente	01:00

(*El tiempo del paso 6 y el paso 8 es el mismo).

Fuente: Autor del proyecto

3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento

Figura 31. Diagrama de operación, proceso y procedimiento



3.3.4 Control de calidad

Para la actividad comercial que se ha de desarrollar en el establecimiento de comida rápida mexicana es importante el estado de salud del personal la higiene del personal y del establecimiento los cuales deben ser óptimos y acondicionados para la prestación de servicios alimenticios, evitando contaminaciones y creando un sistema cotidiano de control y seguimiento en buenas prácticas que han de velar por la salud de los futuros clientes.

Para que se considere que una empresa cuenta con buenas prácticas de manufactura, se deben tener en cuenta diversos requisitos de higiene referentes a los establecimientos, los medios de transporte, el equipo de trabajo, los residuos y el suministro del agua. La higiene del personal y las características propias del producto que se trate. El establecimiento de comida rápida mexicana se basa en el manual de prácticas de manufactura siguiendo los lineamientos del decreto 3075 de diciembre 23 de 1997 y del Codex alimentario (FAO/OMS).

Manipulación correcta de los alimentos. La manipulación de los alimentos conlleva unos aspectos generales como hábitos a tener en cuenta para evitar la contaminación y entregar un producto de calidad y confiabilidad al cliente.

Estos aspectos son:

- Antes de iniciar labores o después de ir al servicio sanitario, el manipulador debe lavarse las manos con agua y jabón y desinfectarse.
- Siempre utilizar tabla para picar por separado para cada grupo de alimentos: tabla para carnes, tabla para vegetales y tabla para frutas.
- No mezclar alimentos crudos con cocinados.
- Mantener siempre los alimentos tapados o protegidos.
- Mantener los alimentos a la temperatura adecuada.

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

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

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

Entre los objetivos que se persiguen con la nueva norma se destacan:

- Reforzar la seguridad alimentaria
- Fomentar la cooperación entre las industrias agroalimentarias, los gobiernos nacionales y organismos transnacionales.
- Asegurar la protección del consumidor y fortalecer su confianza.
- Establecer requisitos de referencia “elementos claves” para los sistemas de seguridad alimentaria.
- Mejorar el rendimiento de los costos a lo largo de la cadena de suministro alimentaria.

Incluyendo tal y como especifica la norma en su “Ámbito de aplicación” a todas aquellas organizaciones directamente involucradas en uno o más pasos de la cadena alimenticia de suministro alimentario como productores de piensos, agricultores, ganaderos, productores de materias primas y aditivos para uso alimentario, fabricantes de productos alimentarios, cadenas de distribución, catering, organizaciones que proporcionan servicios de limpieza, transporte, almacenamiento y

distribución de productos alimentarios y otras organizaciones indirectamente involucrado con la cadena alimenticia como proveedores de equipamientos, agentes de limpieza, material de envase y embalaje y productores de cualquier otro material que entre en contacto con los alimentos.

Buenas Prácticas de Manufactura (BPM): La realidad muestra que la calidad de los alimentos que se ingieren, es la principal preocupación para consumidores y productores. Es de gran importancia la implementación de un sistema de calidad que garantice la seguridad del producto final. Cuando se habla de seguridad, se debe reconocer que la materia prima adquirida no traerá ningún problema de salud cuando sea consumido.

Los sistemas de aseguramiento de la calidad tienen como principio básico que un producto debe ser bien hecho desde la primera vez. Este concepto implica la adopción de un criterio netamente preventivo en los procesos de producción, antes del ingreso de las materias primas, durante, y posterior al servicio.

Las Buenas Prácticas de Manufactura son útiles para el diseño y funcionamiento de los procedimientos productivos en la transformación y manipulación de alimentos. Son herramientas que contribuyen al aseguramiento de la calidad de los alimentos, garantizando un producto limpio, confiable y seguro para el cliente, generando alta competitividad, aumento de la productividad, mejora de la imagen, amplitud del mercado, reducción de costos, disminución de desperdicios, disminución de la contaminación y la creación de una cultura de orden, aseo, servicio y bienestar para el cliente interno y externo de la empresa.¹⁸

3.3.5 Recursos

Los recursos deben permitir el montaje del restaurante y la operación del mismo. Estos se deben determinar teniendo en cuenta la capacidad del proyecto y las instalaciones previamente señaladas.

¹⁸ Tomado de: http://www.revistainterforum.com/espanol/articulos/022503Naturamente_higiene.html

3.3.5.1 Recurso humano. De acuerdo con la decisión de vender 112 tacos diarios, se debe disponer de los recursos necesarios para la producción, el servicio y el talento humano.

Tabla 45. Personal

Cargo	Número
Administrador	1
Jefe de Cocina	1
Auxiliar de cocina	1
Meseros	2
Total personas	5

Fuente: Autor del proyecto.

3.3.5.2 Recursos físicos El local contará con material apto para el desarrollo de la operación diaria, el cual será higiénicamente mantenido.

- **Suministros fijos**

Tabla 46. Maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPOS	
Concepto	Cantidad
Freidora industrial	1
Plancha Asadora	2
Mesón con 2 piletas para lavados	1
Refrigerador de 2 puertas	1
Extintor	2
Campana extractora de humo	1
Carro plásticos para uso interno	2
Soporte metálico para almacenar los platos	1
Horno micro ondas	1
Gabinetes de cocina	2
Purificador de agua oxono	1
Estufa de seis puestos	1
Licuada industrial (8lts)	1
Picador de alimentos (IMUSA).	1
Olla a presión de 13lts.	1

Fuente: Autor del proyecto.

- Equipo de oficina

Tabla 47. Equipo de oficina

Concepto	Cantidad
Computador	1
Licencia Office	1
Escritorio	1
Impresora multifuncional	1
Archivador mediano	1
Televisor LCD de 32 pulgadas	1
Silla para la caja	1
Teléfono	1
Mini – componente	1

Fuente: Autor del proyecto.

- Útiles de cocina y servicio

Tabla 48. Útiles de cocina y servicio

Concepto	Cantidad
Tanque plástico de 40 lts.	1
Escurreidor plástico	2
Juego de cuchillos (6 unds).	1
Tabla de teflón para picar.	1
Set de cocina (tarritos)	6
Bandejas plásticas	10
Tenedor alemán	80
Cuchara alemán	50
Cuchillo alemán	80
Espátula tramontina	1
Cuchara freidora	1
Cuchara larga en aluminio	1
Mesas rimax	15
Sillas plásticas para mesas rimax	60

Fuente: Autor del proyecto.

3.3.6 Análisis de Proveedores

Basados en las preferencias mostradas por otras empresas dedicadas a la producción de alimentos y el conocimiento que los autores tienen de los principales proveedores, se han determinado como posibles establecimientos destinados a surtir los insumos administrativos y de producción a los siguientes proveedores:

Tabla 49. Análisis de proveedores

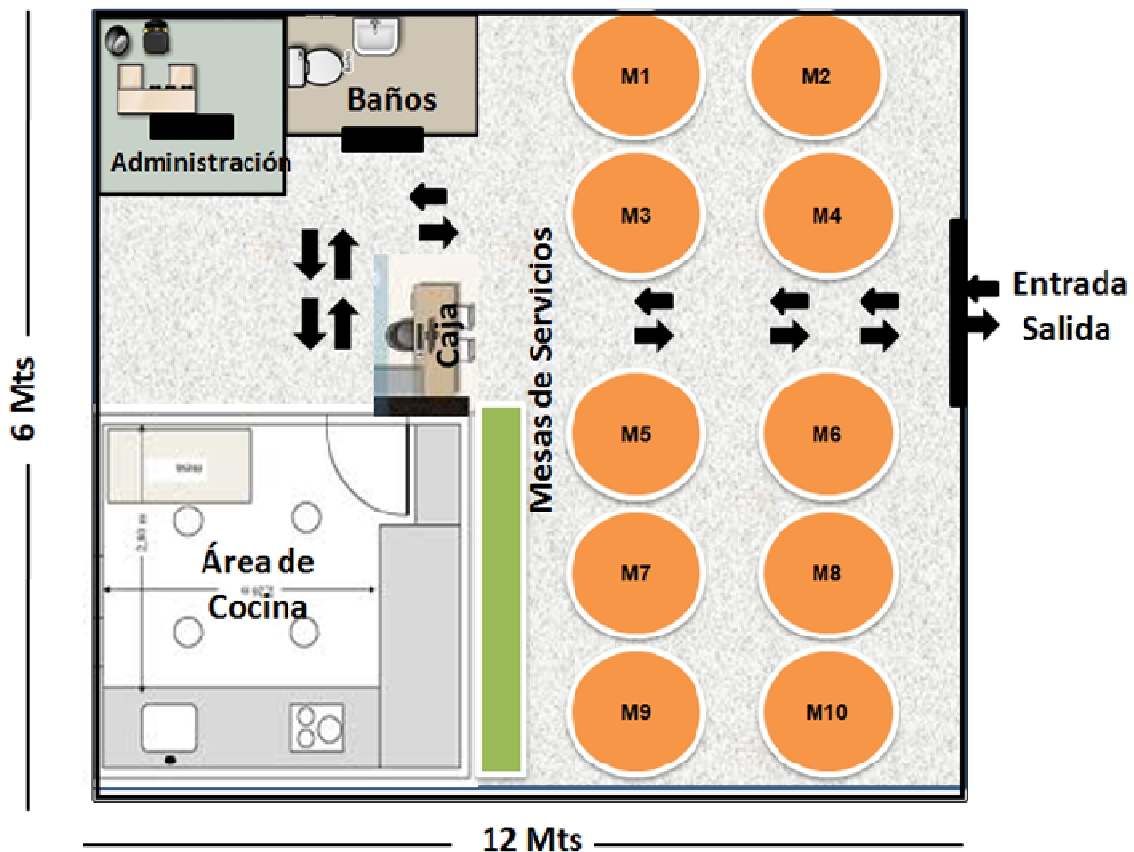
Producto	Proveedores	Ciudad
Equipos De Oficina	Computadores Laf Memory Refrigerados Friocol Distribuidora Mayron	Bucaramanga Medellín
Equipos de cocina	Cocinas Llama Azul Industrias Reymora Fuller y Mantenimiento	Bucaramanga
Insumos de Oficina	Papelería Didáctica Todo Aseo Almacén la Orquídea	Bucaramanga
Insumos de Cocina	Todo Aseo Pastelería don Jacobo Pastelería Berna Coopasan Zenú Carnes y Carnes Pesquera del mar Plaza de Mercado Aluminios (samovar)	Bucaramanga Piedecuesta

Fuente: Autor del proyecto.

3.3.7 Distribución de planta.

A continuación se relaciona una distribución básica para la instalación del establecimiento, las modificaciones se irán realizando en la marcha del proyecto, dependiendo de las necesidades.

Figura 32. Distribución de la planta



Fuente: Autor del proyecto.

Diseño y distribución en planta. La distribución física de la planta es de vital importancia, puesto que por medio de ella se logra un adecuado orden y manejo del área de atención al público, sitio de almacenamiento y oficinas de administración. Así mismo, un mejoramiento continuo en los procesos a desarrollar en el área de trabajo.

La bodega de almacenamiento tiene estantes para proteger los productos almacenados, en épocas de aumento de la producción en donde el stock de mercancía debe aumentar.

Logística de distribución. Para la entrega del producto se inicia el proyecto con dos servicios de distribución: el directo el cual se efectúa cuando el cliente llega a las instalaciones a consumir sus productos y se hace entrega por medio del mesero y el indirecto cuando el servicio es solicitado telefónicamente, entregándose por medio de un mensajero.

3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

Realizado el estudio técnico se pudo determinar que el proyecto, técnicamente, es viable; dado que se tiene la capacidad de prestar el servicio de alimentación en un estilo muy particular e innovador como lo es Comidas Rápidas Mexicanas en el Municipio de Piedecuesta. De acuerdo con las necesidades de la demanda, cuyo tamaño actual y el de la proyección futura, resultan muy atractivas comercialmente para el desarrollo de ese negocio.

Se ubicará en un sitio muy transcurrido en el perímetro más comercial del centro de Piedecuesta. Esta ubicación entre las calles 8 con carrera 8 permitirá reducir costos de manera rápida y eficaz que favorecerá la operación administrativa, dado a su entorno. Además, el sistema operacional no necesitará de una operación logística, puesto que la atención es directa y el riesgo de transportar los alimentos de un sitio a otro es muy corto.

En el sector se cuenta con personal muy bien capacitado en el tema de la culinaria y la gastronomía. Así, la mano de obra directa e indirecta se puede contratar a un bajo costo y de buena calidad. Los proveedores con que contará el establecimiento tienen un respaldo comercial de gran trayectoria y cuentan con buenas referencias comerciales.

Dentro de los insumos más utilizados en la operación de las comidas rápidas están: los vegetales, las carnes blancas, las carnes rojas, los granos y los insumos básicos como aceites, azúcares, huevos, harinas y margarinas, entre otros. El manejo financiero que se les dará a estos proveedores será básicamente de contado y en efectivo, puesto que en la plaza de mercado no se manejará otro tipo de negociaciones.

Finalmente, la buena disposición que se evidenció en el trabajo de campo, da la confiabilidad de llegar a contar con un número mayor al 70% de las personas que fueron entrevistadas y desean poder contar con un nuevo servicio de alimentación que llene de grandes expectativas el comercio de Piedecuesta.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

El estudio administrativo se realiza con el propósito de definir los requisitos exigidos, de acuerdo con la forma de constitución de la empresa que se espera crear.

Así mismo, comprende la formulación de los lineamientos básicos que regirán la cultura organizacional de la empresa, como son: la visión, la misión, los objetivos y las políticas que se emplearán para el funcionamiento del restaurante.

También contiene el diseño de la estructura organizacional de la empresa, donde se evidenciará el personal necesario, se describirán sus funciones, los perfiles de los cargos y la estructura salarial.

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

La empresa será constituida bajo los parámetros de la Cámara de Comercio como una empresa unipersonal, puesto que no se cuenta con el respaldo de un tercero. Se llevarán los registros contables requeridos para el funcionamiento legal de la empresa:

- Libros auxiliares
- Cuentas por pagar
- Gastos
- Ingresos
- Caja y bancos
- Libro mayor y balance

Se puede constituir por:

- Escritura Pública
- Documento privado reconocido ante notario o ante el funcionario autorizado por la Cámara de Comercio.

Se debe cumplir con los siguientes requisitos legales, para el ejercicio de las funciones establecidas:

- Inscripción y registro en la Cámara de Comercio (registro mercantil o matrícula mercantil).

- Número de identificación tributaria (NIT), el cual se solicita en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).
- Escritura de constitución de la empresa.
- Número patronal de la EPS, para la vinculación de trabajadores y los aportes respectivos.
- Formulario único de afiliación e inscripción a la IPS.
- Solicitud de vinculación del trabajador al sistema general de riesgos profesionales.
- Formulario de vinculación o actualización al sistema general de pensiones.

4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

4.2.1 Visión

Para el año 2015, COMIDA RÁPIDA MEXICANA TOKAS será reconocido y preferido a nivel departamental como uno de los mejores establecimientos de comida rápida Mexicana por la calidad de sus productos, excelente servicio y buen sabor.

4.2.2 Misión

COMIDA RÁPIDA MEXICANA TOKAS busca ser reconocido inicialmente en el municipio de Piedecuesta, como el mejor establecimiento de comida rápida Mexicana por la calidad de sus productos, excelente servicio y buen sabor, generando crecimiento y bienestar para sus colaboradores.

4.2.3 Objetivos

- Lograr el reconocimiento comercial de “Comida Rápida Mexicana TOKAS” en municipio de Piedecuesta – Santander.
- Garantizar la rentabilidad económica de la inversión inicial, de los recursos físicos y de la infraestructura, mediante las estrategias administrativas y financieras del proyecto.
- Satisfacer a los clientes en sus gustos, preferencias y necesidades alimenticias, ofreciendo productos de excelente calidad, buen servicio y aun precio accesible.

- Alcanzar a mediano plazo el 70% del mercado objetivo, el cual debe incrementarse en los siguientes años.
- Ofrecer la mejor oportunidad a los clientes internos, para que se capaciten profesionalmente y lleguen a ser verdaderos seres humanos en su deber ser.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La empresa Comidas Rápidas Tokas en el municipio de Piedecuesta tiene como finalidad la preparación y comercialización de comida rápida mexicana, contribuyendo con la satisfacción de la necesidad de alimentar con productos ricos, sanos y balanceados.

Su estructura organizacional estará compuesta por las siguientes áreas:

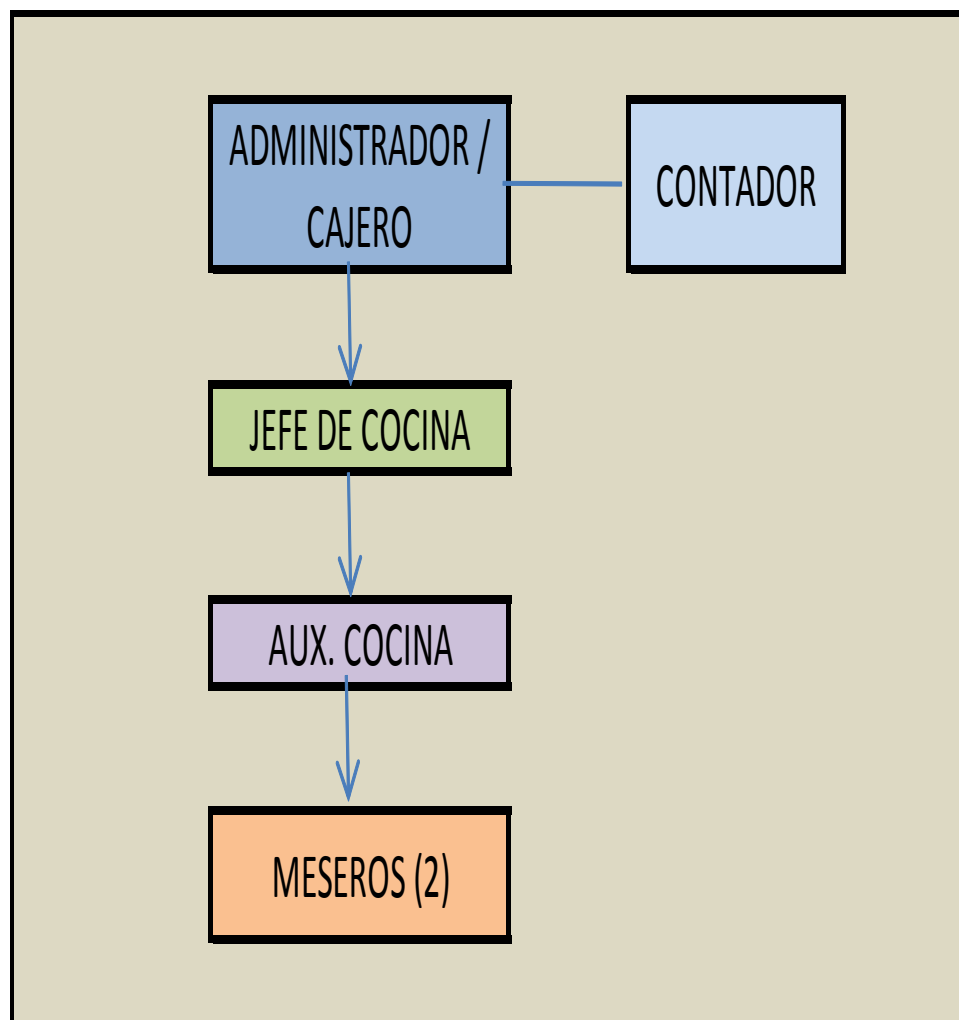
- Área administrativa y financiera. Se encarga de la parte administrativa, como lo es el manejo de personal, contratación del mismo para la prestación del servicio que se ofrece. Además realiza el análisis de los costos, manejo de la parte contable, compra de insumos, y en general tiene la responsabilidad del buen funcionamiento de la empresa.
- Área operativa. Se encarga de la prestación del servicio al cliente, son quienes desarrollan la actividad objeto de la empresa y quienes a través de ellos satisfacen la necesidad del cliente.

4.3.1 Organigrama

Comidas Rápidas Tokas presenta el siguiente organigrama como base fundamental para la organización de sus actividades.

Es una estructura sencilla y prácticamente plana, esto permite dadas las características de la empresa una rápida y directa comunicación entre el cargo administrativo y los cargos operativos.

Figura 33. Organigrama



Fuente: Autor del proyecto.

La organización del restaurante está conformada por cargos directos: Administrador/cajero, jefe de cocina, auxiliar de cocina y mesero. Existe un cargo de asesoría: contador.

4.3.2 Descripción y perfil de cargos

Se hará una descripción del perfil de los cargos requeridos para el funcionamiento de Comidas Rápidas Tokas.

Tabla 50. Manual de Funciones Administrador

COMIDAS RAPIDAS TOKAS DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
NOMBRE DEL CARGO: ADMINISTRADOR	CÓDIGO: 001	FECHA: 30 DE JUNIO 2011
DIVISIÓN: ADMINISTRATIVO	DEPARTAMENTO: GERENCIA	
SECCIÓN: OFICINA	CARGO JEFE INMEDIATO:	
SUPERVISA A: PROCESOS OPERACIONALES	No. DE CARGOS IGUALES: NINGUNO	
FUNCIÓN PRINCIPAL: Función principal: Ejecución de labores de planeación, organización, ejecución, dirección y control en la administración y gestión del restaurante.		

DETALLE DE FUNCIONES:

Liderar el cumplimiento de la misión y visión de la empresa, los principios y valores éticos organizacionales por la empresa.

Efectuar un estudio de crédito financiero y administrativo.

Contribuir a la eficiencia, eficacia y efectividad en la ejecución de los procesos en que se encuentre a cargo.

Cumplir y hacer cumplir las políticas, reglamentos, normas y procedimientos vigentes en la empresa.

Atender, servir y estar disponible cuando lo requiera la empresa.

Manejar la imagen del negocio y el desarrollo operacional de la logística que requiere la empresa.

Hacer crecer económicamente la empresa, diseñando estrategias publicitarias y eventos que logren posesionar al negocio en altos niveles de crecimiento.

Responder por todos los activos que tenga la empresa, como también responder y justificar los pasivos de la misma.

Llevar el control contable de la empresa tanto en documentación como en la confiabilidad de los recursos.

Autorizar las órdenes de compras y servicios que se han de requerir para el desarrollo comercial de la empresa.

Tomar decisiones favorables y drásticas cuando su ejercicio lo requiera.

Programar juntas con el personal a cargo y evaluar los puntos positivos y negativos que se han reflejado en ciertos tiempos de operación.

Saber delegar las funciones y el poder para la toma de decisiones, generando autonomía en

las acciones de su grupo de trabajo a cargo.

Considerar los errores propios y ajenos, como una oportunidad para aprender y

GERENTE:

EMPLEADO:

Fuente: Autor del proyecto.

Tabla 51. Descripción y perfil del Jefe de Cocina

COMIDAS RAPIDAS TOKAS DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
NOMBRE DEL CARGO: JEFE DE COCINA (CHEF).	CÓDIGO: 008	FECHA: 30 DE JUNIO 2011
DIVISIÓN: OPERATIVO		DEPARTAMENTO: COCINA
SECCIÓN: COCINA		CARGO JEFE INMEDIATO: ADMINISTRADOR
SUPERVISA A: LOS AUXILIARES DE COCINA		No. DE CARGOS IGUALES: NINGUNO
FUNCIÓN PRINCIPAL: Transformación de las materias primas en alimentos preparados, listos para el consumo de los clientes, ejerciendo control en todos los procesos para tal fin.		
DETALLE DE FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento la misión, visión, los principios y valores organizacionales de la empresa. • Cumplir las políticas, reglamentos, normas y procedimientos vigentes en el restaurante. • Velar por la utilización eficiente de los recursos. • Estandarizar las materias primas, tiempos de cocción y refrigeración. • Responsable de la calidad, preparación y presentación de los menús. • Responsable de la adecuada utilización de las materias primas para evitar los desperdicios. • Utilizar las medidas necesarias para evitar posibles infecciones, accidentes de trabajo y/ enfermedades profesionales 		
GERENTE:		
EMPLEADO:		

Fuente: Autor del proyecto.

Tabla 52. Descripción y perfil del Auxiliar de Cocina

COMIDAS RAPIDAS TOKAS DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
NOMBRE DEL CARGO: AUXILIAR DE COCINA.	CÓDIGO: 009	FECHA: 30 DE JUNIO 2011
DIVISIÓN: OPERATIVO		DEPARTAMENTO: COCINA
SECCIÓN: COCINA		CARGO JEFE INMEDIATO: JEFE DE COCINA.
SUPERVISA A: NINGUNO		No. DE CARGOS IGUALES: NINGUNO
FUNCIÓN PRINCIPAL: Hacer los preparativos de alistamiento en los alimentos y materiales para el jefe de cocina; ejecución de labores de mercadeo y atención al cliente.		
DETALLE DE FUNCIONES: Mantener en perfectas condiciones, el aseo de los instrumentos que se han de utilizar en el área de cocina y en las instalaciones. Limpiar todos los materiales que han utilizado los clientes en el consumo de sus alimentos. Alistar los picados que requiera el jefe de cocina. Tener el uniforme en perfectas condiciones, puesto que debe sobresalir con profesionalismo en su materia. Atención esmerada a los clientes. Excelente presentación y aseo personal. Colaborar con la vigilancia interna del establecimiento.		
GERENTE:		
EMPLEADO:		

Fuente: Autor del proyecto.

4.3.3 Asignación salarial

La empresa tendrá contratos directos y con las debidas prestaciones de Ley. La asignación salarial estará estipulada en el cuadro que se presenta a continuación, el cual se efectuará por contratación a término fijo y un salario establecido.

Tabla 53. Asignación salarial

PERSONAL DIRECTO					
Cargo	Salario	Valor Prestacional	Aux Tpte	Valor Total Mes	Valor Anual
Administrador	1.100.000	647.372	63.600	1.810.972	21.731.664
Jefe de Cocina	800.000	470.816	63.600	1.334.416	16.012.992
Auxiliar de Cocina	600.000	277.719	63.600	941.319	11.295.832
				4.086.707	49.040.488

Fuente: Autor del proyecto.

4.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO

COMIDAS RAPIDAS TOKAS nace de la necesidad humana de cooperar, para obtener fines personales y de grupo, aportando calidad de vida al talento humano y mejorando las condiciones generales de la comunidad.

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

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

5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es el análisis de la probabilidad del proyecto; los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron los estudios anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.

El objeto de este capítulo es realizar un estudio amplio, detallado y suficiente de cada uno de los elementos que conforman la estructura financiera del proyecto como la inversión inicial, los costos de producción, los gastos funcionamiento, los ingresos percibidos, la utilidad del ejercicio, en fin toda información relevante para determinar la viabilidad financiera de la empresa proyecta a un horizonte de 5 años.

5.1. INVERSIONES

Está constituida por el conjunto de aportes que se deben hacer para adquirir los bienes y servicios necesarios para el desarrollo inicial del establecimiento, o sea para dotarla de su capacidad operativa. Estas inversiones iniciales son el resultado del estudio de mercados y el estudio técnico.

La inversión de este proyecto comprende: Inversión fija, inversión diferida e inversión de capital de trabajo. Se contará con un capital de trabajo para 15 días, con el propósito de tener el efectivo necesario para el normal funcionamiento de sus actividades. Se justifica este período porque las ventas se realizan de contado y se estarán percibiendo los recursos económicos necesarios para cancelar costos y gastos iniciales.

5.1.1 Inversión Fija

Son los diversos bienes que permiten instalar la unidad productiva para la realización de los productos.

Maquinaria y equipo. En este ítem se relacionan los utensilios industriales que se han de adquirir para dotar el área de producción. Las cotizaciones que se realizaron incluyen el transporte e instalación de la maquinaria y los equipos.

Tabla 54. Inversión fija

NOMBRE DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO	Cantidad	V/r Unitario	Total
Freidora industrial	1	1.288.000	1.288.000
Plancha Asadora	2	455.000	910.000
Mesón con 2 piletas para lavados	1	3.000.000	3.000.000
Refrigerador de 2 puertas	1	1.800.000	1.800.000
Extintor	2	86.000	172.000
Campana extractora de humo	1	700.000	700.000
Carro plásticos para uso interno	2	180.000	360.000
Soporte metálico para almacenar los platos	1	350.000	350.000
Horno micro ondas	1	250.000	250.000
Gabinetes de cocina	2	1.200.000	2.400.000
Purificador de agua oxono	1	850.000	850.000
Estufa de seis puestos	1	1.300.000	1.300.000
Licuada industrial (8lts)	1	850.000	850.000
Picador de alimentos (IMUSA).	1	89.000	89.000
Olla a presión de 13lts.	1	210.000	210.000
Totales	19		14.529.000

Fuente: Autor del proyecto.

Muebles y Enseres. Los muebles y enseres son requeridos para el funcionamiento del negocio y se observa en la siguiente relación.

Tabla 55. Muebles y Enseres

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Computador	1	1.350.000	1.350.000
Escritorio	1	350.000	350.000
Impresora multifuncional	1	380.000	380.000
Archivador mediano	1	220.000	220.000
Televisor LCD de 32 pulgadas	1	1.800.000	1.800.000
Silla para la caja	1	160.000	160.000
Teléfono	1	75.000	75.000
Mini – componente	1	450.000	450.000
Total	8		4.785.000

Fuente: Autor del proyecto.

Equipo de cocina. El equipo de cocina requerido para el funcionamiento del restaurante es el que se observa en la siguiente relación.

Tabla 56. Herramientas y suministros

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Tanque plástico de 40 lts.	1	45.000	45.000
Escurreidor plástico	2	25.900	51.800
Juego de cuchillos (6unds).	1	29.000	29.000
Tabla de teflón para picar.	1	30.000	30.000
Set de cocina (tarritos)	2	25.000	50.000
Bandejas plásticas	10	8.800	88.000
Mesas rimax	15	18.000	270.000
Silla plásticas para mesas rimax	60	10.000	600.000
Tenedor alemán	80	2.000	160.000
Cuchara alemán	50	2.000	100.000
Cuchillo alemán	80	2.000	160.000
Espátula tramontina	1	25.000	25.000
Cuchara freidora	2	5.500	11.000
Cuchara larga en aluminio	2	10.000	20.000
Totales	307		1.639.800

Fuente: Autor del proyecto.

Total inversión fija. El total de la inversión fija requerida para este proyecto se observa en el cuadro siguiente.

Tabla 57. Inversión fija

Total inversión fija	
Inversión	Valor
Maquinaria y equipos	14.529.000
Muebles y Enseres	4.785.000
Herramientas y suministros	1.639.800
Total	20.953.800

Fuente: Autor del proyecto.

5.1.2 Inversión diferida.

La inversión diferida que se realiza en esta etapa pre-operativa de la empresa, son necesarias para cubrir requisitos de ley, los estudios de factibilidad, los costos del montaje, las adecuaciones locativas y otros gastos como son los de publicidad de lanzamiento y la publicidad de mantenimiento.

Tabla 58. Inversión diferida pre-operacional

INVERSIÓN DIFERIDA	VALOR TOTAL	VALOR DIFERIDO/AÑO
Gastos notariales y Constitución	260.000	21.667
Software	450.000	37.500
Estudio Factibilidad	1.100.000	91.667
Infraestructura y Adecuación del local	2.300.000	191.667
Publicidad de Lanzamiento	1.070.000	89.167
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	5.180.000	431.667

Fuente: Autor del proyecto.

Tabla 59. Inversión diferida en publicidad

PUBLICIDAD DE LANZAMIENTO	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL
Pauta en Radio	20	14.500	290.000
Perifoneo	20	9.000	180.000
Pancartas, imagen publicitaria, volantes, anuncio vanguardia.		varios	600.000
TOTAL			1.070.000

Fuente: Autor del proyecto.

5.1.3 Inversión de capital de trabajo

Constituye el conjunto de recursos necesarios para el funcionamiento de la empresa, en el ciclo de inicio de la empresa el cual se contempla de un mes. Estos costos se diferencian de la inversión fija y diferida ya que estos últimos se pueden recuperar con las depreciaciones y amortizaciones. Estos recursos son independientes del nivel de ingresos de la empresa.

Costos de producción del servicio. Los costos de producción están conformados por las materias primas necesarias para iniciar el ciclo operativo, los costos de la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

Materias primas. Las materias primas que se relacionan en este listado, están presupuestadas para la producción de un mes, con 2900 tacos de servicio. De ahí el trabajo del personal de cocina en sacar las porciones de acuerdo con los estándares de la producción.

Tabla 60. Materias primas

Materias Pirmas e Insumos	Cantidad x unid		Produccion	Precio Unit	Costo Mes	Costo Año
			Mes			
Harina	0,25	Kg	2.900	2.200	\$ 1.595.000	\$ 19.140.000
Mantequilla	0,028	Kg	2.900	4.400	\$ 357.280	\$ 4.287.360
Polvo Hornear	0,02	Kg	2.900	3.800	\$ 220.400	\$ 2.644.800
Sal	0,02	Kg	2.900	2.200	\$ 127.600	\$ 1.531.200
Carnes (Pollo,res, jamon)	0,11	Kg	2.900	11.000	\$ 3.509.000	\$ 42.108.000
Verduras	varios	Kg	2.900	250	\$ 725.000	\$ 8.700.000
Salsas	varios	Kg	2.900	200	\$ 580.000	\$ 6.960.000
Quesos	varios	Kg	2.900	300	\$ 870.000	\$ 10.440.000
					\$ 7.984.280	\$ 95.811.360

Fuente: Autor del proyecto.

Mano de obra directa. La mano de obra directa está compuesta por el 100% de la nomina ya que todo el personal tiene que ver directamente con los procesos de la elaboración del producto.

Tabla 61. Valor mano de obra

Información Prestacional	%	Salario Básico	535.600	Auxilio Transporte	63.600
Prima	8,3	44.615	<p>Nota: Salario de \$535,600, contratado por horas de servicio de 5pm a 9pm. Horas laboradas 4 horas. * 6 días a la semana =24 horas *4 =96 horas al mes, para los meseros</p>		
Vacaciones	4,2	22.335			
Cesantias	8,3	44.615			
Intereses Cesantias	1,0	5.356			
Caja de Compensación	4,0	21.424			
ICBF	3,0	16.068			
Sena	2,0	10.712			
Salud	8,5	45.526			
Pensión	12,0	64.272			
Riesgos Profesionales	0,5	2.796			
Dotacion	7,0				
% Total	0,589	277.719			
Básico		535.600			
Aux. Transporte		63.600			
Total		876.919			

PERSONAL DIRECTO					
Cargo	Salario	Valor Prestacional	Aux Tpte	Valor Total Mes	Valor Anual
Administrador	1.100.000	647.372	63.600	1.810.972	21.731.664
Jefe de Cocina	800.000	470.816	63.600	1.334.416	16.012.992
Auxiliar de Cocina	600.000	277.719	63.600	941.319	11.295.832
				4.086.707	49.040.488

PERSONAL TEMPORAL POR SERVICIO PRESTADO					
Cargo	Salario	Valor Prestacional	Aux Tpte	Valor Total Mes	Valor Anual
Meseros (2)	428.480	428.480	50.880	907.840	10.894.080
Contador	107.120	55.544	12.720	175.384	2.104.606
				1.083.224	12.998.686

Fuente: Autor del proyecto.

Costos indirectos de fabricación. Estos costos son causados por conceptos diferentes a los que se relacionan con la nómina y la materia prima, en el ítem de servicios públicos aplica un 75% del consumo de agua y luz y 100% de gas.

Tabla 62. Costos indirectos de fabricación

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		
CIF	Valor Mensual	Valor Anual
Servicios públicos: agua, gas y luz.	\$ 153.750,00	\$ 1.845.000,00
Depreciación maquinaria y equipo	\$ 349.230,00	\$ 4.190.760,00
Seguro de maquinaria y equipo	\$ 110.000,00	\$ 1.320.000,00
Mantenimiento y reparaciones:(Provisión)	\$ 70.000,00	\$ 840.000,00
Reposición herramientas	\$ 80.000,00	\$ 960.000,00
Transporte (mercado).	\$ 30.000,00	\$ 360.000,00
TOTAL CIF	\$ 792.980,00	\$ 9.515.760,00

Fuente: Autor del proyecto.

Total costos de producción. El total de la producción se hayan sumando los valores correspondientes a la materia prima empleada, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

Tabla 63. Prestación de servicios

COSTOS PRESTACION DE SERVICIOS		
Concepto	Valor Mensual	Valor Anual
Materias Primas	\$ 7.984.280	\$ 95.811.360
Mano de obra Directa	\$ 4.086.707	\$ 49.040.488
Costos indirectos fabricación	\$ 792.980	\$ 9.515.760
Total Costos de Producción	\$ 12.863.967	\$ 154.367.608

Fuente: Autor del proyecto.

Tabla 64. Depreciación maquinaria y equipo

DESCRIPCIÓN	AÑOS A DEPRECIAR	VALOR ACTIVOS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Maquinaria y Equipo	5 Años	16.168.800,00	269.480,00	3.233.760,00
Muebles y Enseres	5 Años	4.785.000,00	79.750,00	957.000,00
Equipo de Oficina	5 Años	-	-	-
TOTAL		20.953.800,00	349.230,00	4.190.760,00

Fuente: Autor del proyecto.

Tabla 65. Inversión Diferida

INVERSIÓN DIFERIDA	VALOR TOTAL	VALOR DIFERIDO/AÑO
Gastos notariales y Constitución	260.000	21.667
Software	450.000	37.500
Estudio Factibilidad	1.100.000	91.667
Infraestructura y Adecuación del local	2.300.000	191.667
Publicidad de Lanzamiento	1.070.000	89.167
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	5.180.000	431.667

Fuente: Autor del proyecto.

Gastos de administración y ventas. Se determinan teniendo en cuenta: salarios, depreciaciones, gastos de servicios públicos, por conceptos administrativos y de ventas.

Tabla 66. Gastos de administración y ventas

GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS		
Concepto	Valor Mensual	Valor Anual
Gastos de personal Fijo	\$ 4.086.707	\$ 49.040.488
Servicios publicos: Agua , Gas y Luz	\$ 110.000	\$ 1.320.000
Teléfono, TV cable	\$ 95.000	\$ 1.140.000
Otros gastos administrativos	\$ 80.000	\$ 960.000
Honorarios Contador	\$ 175.384	\$ 2.104.606
Publicidad de operación	\$ 138.333	\$ 1.660.000
Amortizacion	\$ 35.972	\$ 431.667
Depreciación maquinaria y equipo	\$ 349.230	\$ 4.190.760
TOTAL	\$ 5.070.627	\$ 60.847.521

Fuente: Autor del proyecto.

Gastos financieros. Los gastos financieros están representados en un crédito para capital de trabajo que será parte del capital inicial de la empresa; el crédito se efectuará con Banco de Colombia, cuya tasa de interés anual del 15.64. y se cancelará en cuotas fijas según liquidación de la tabla anexa.

Tabla 67. Financiación

CALCULO DEL PRESTAMO						
Monto del prestamo	20.953.800					
Interes anual	15,64%					
Periodo del prestamo en años	5					
Numero de pagos	60					
Pago Programado	\$ 505.556,36					
Pago N°	Cuota	Intereses	Abonos a capital	Saldo deuda	Acum Int	Acum Cap
0				20.953.800,00		
1	505.556,36	273.097,86	232.458,50	20.721.341,50		
2	505.556,36	270.068,15	235.488,21	20.485.853,30		
3	505.556,36	266.998,95	238.557,40	20.247.295,89		
4	505.556,36	263.889,76	241.666,60	20.005.629,29		
5	505.556,36	260.740,04	244.816,32	19.760.812,97		
6	505.556,36	257.549,26	248.007,10	19.512.805,87		
7	505.556,36	254.316,90	251.239,45	19.261.566,42		
8	505.556,36	251.042,42	254.513,94	19.007.052,48		
9	505.556,36	247.725,25	257.831,11	18.749.221,37		
10	505.556,36	244.364,85	261.191,51	18.488.029,87		
11	505.556,36	240.960,66	264.595,70	18.223.434,16		
12	505.556,36	237.512,09	268.044,27	17.955.389,90	3.068.266	2.998.410
13	505.556,36	234.018,58	271.537,78	17.683.852,12		
14	505.556,36	230.479,54	275.076,82	17.408.775,30		
15	505.556,36	226.894,37	278.661,99	17.130.113,32		
16	505.556,36	223.262,48	282.293,88	16.847.819,44		
17	505.556,36	219.583,25	285.973,11	16.561.846,33		
18	505.556,36	215.856,06	289.700,29	16.272.146,03		
19	505.556,36	212.080,30	293.476,05	15.978.669,98		
20	505.556,36	208.255,33	297.301,03	15.681.368,95		
21	505.556,36	204.380,51	301.175,85	15.380.193,11		
22	505.556,36	200.455,18	305.101,17	15.075.091,93		
23	505.556,36	196.478,70	309.077,66	14.766.014,27		
24	505.556,36	192.450,39	313.105,97	14.452.908,30	2.564.195	3.502.482
25	505.556,36	188.369,57	317.186,79	14.135.721,51		
26	505.556,36	184.235,57	321.320,79	13.814.400,73		
27	505.556,36	180.047,69	325.508,67	13.488.892,06		
28	505.556,36	175.805,23	329.751,13	13.159.140,93		
29	505.556,36	171.507,47	334.048,89	12.825.092,04		
30	505.556,36	167.153,70	338.402,66	12.486.689,38		
31	505.556,36	162.743,18	342.813,17	12.143.876,21		
32	505.556,36	158.275,19	347.281,17	11.796.595,04		
33	505.556,36	153.748,96	351.807,40	11.444.787,64		
34	505.556,36	149.163,73	356.392,63	11.088.395,01		
35	505.556,36	144.518,75	361.037,61	10.727.357,40		
36	505.556,36	139.813,22	365.743,13	10.361.614,27	1.975.382	4.091.294
37	505.556,36	135.046,37	370.509,98	9.991.104,29		
38	505.556,36	130.217,39	375.338,96	9.615.765,32		
39	505.556,36	125.325,47	380.230,88	9.235.534,44		
40	505.556,36	120.369,80	385.186,56	8.850.347,88		
41	505.556,36	115.349,53	390.206,82	8.460.141,06		
42	505.556,36	110.263,84	395.292,52	8.064.848,54		
43	505.556,36	105.111,86	400.444,50	7.664.404,04		
44	505.556,36	99.892,73	405.663,62	7.258.740,41		
45	505.556,36	94.605,58	410.950,77	6.847.789,64		
46	505.556,36	89.249,52	416.306,83	6.431.482,81		
47	505.556,36	83.823,66	421.732,70	6.009.750,11		
48	505.556,36	78.327,08	427.229,28	5.582.520,83	1.287.583	4.779.093
49	505.556,36	72.758,85	432.797,50	5.149.723,33		
50	505.556,36	67.118,06	438.438,30	4.711.285,03		
51	505.556,36	61.403,75	444.152,61	4.267.132,42		
52	505.556,36	55.614,96	449.941,40	3.817.191,02		
53	505.556,36	49.750,72	455.805,63	3.361.385,39		
54	505.556,36	43.810,06	461.746,30	2.899.639,08		
55	505.556,36	37.791,96	467.764,39	2.431.874,69		
56	505.556,36	31.695,43	473.860,92	1.958.013,77		
57	505.556,36	25.519,45	480.036,91	1.477.976,85		
58	505.556,36	19.262,97	486.293,39	991.683,46		
59	505.556,36	12.924,94	492.631,42	499.052,05		
60	505.556,36	6.504,31	499.052,05	0,00	484.155	5.582.521

Fuente: Cotización.

Total capital de trabajo. Teniendo en cuenta que las ventas son de contado y hay flujo de efectivo diariamente el capital de trabajo se determinara a 8 días, según los conceptos de: Materia prima, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación, gastos de administración, venta y financiero.

El valor de costos y gastos mensual es de: \$33.506.787 lo que genera un capital de trabajo semanal de \$8.376.697.

B. Capital de Trabajo			
Insumos	1.996.070	-	1.996.070
Mano de obra	270.806	-	270.806
Sueldos	1.021.677	-	1.021.677
Arriendos	262.500	-	262.500
Servicios	51.250	-	51.250
Efectivo	-	-	-
Otros	4.774.394	-	4.774.394
Total Capital de trabajo	8.376.697	-	8.376.697

Fuente: Autor del proyecto.

Tabla 68. Costos y gastos totales

Gastos Admon y Ventas	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	49.040.488	49.040.488	49.040.488	49.040.488	49.040.488
Honorarios	2.104.606	2.104.606	2.104.606	2.104.606	2.104.606
Publicidad de operacion	1.660.000	1.660.000	1.660.000	1.660.000	1.660.000
Otros (Aseo,papeleria, seguros,etc)	960.000	960.000	960.000	960.000	960.000
Depreciacion	4.190.760	4.190.760	4.190.760	4.190.760	4.190.760
Amortizaciones	431.667	431.667	431.667	431.667	431.667
Total	58.387.521	58.387.521	58.387.521	58.387.521	58.387.521
Costos Fijos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arriendos	12.600.000	12.600.000	12.600.000	12.600.000	12.600.000
Servicios Publicos					
Agua	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000
Gas	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000
Luz	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000
Telefono y Tv	1.140.000	1.140.000	1.140.000	1.140.000	1.140.000
Total Serv. Publicos	2.460.000	2.460.000	2.460.000	2.460.000	2.460.000
Mantenimiento y Reparaciones	840.000	840.000	840.000	840.000	840.000
Otros	2.280.000	2.280.000	2.280.000	2.280.000	2.280.000
TOTAL	18.180.000	18.180.000	18.180.000	18.180.000	18.180.000
TOTAL CIF	76.567.521	76.567.521	76.567.521	76.567.521	76.567.521
Costos Variables	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Insumos	95.811.360	98.685.701	101.646.272	104.695.660	107.836.530
Meseros	10.894.080	10.894.080	10.894.080	10.894.080	10.894.080
Total C.Variable	106.705.440	109.579.781	112.540.352	115.589.740	118.730.610
Costos Totales	124.885.440	127.759.781	130.720.352	133.769.740	136.910.610

Fuente: Autor del proyecto.

5.1.4 Inversión total.

En este rubro se suman cada una de las inversiones: Inversión fija, inversión diferida y de capital de trabajo.

Tabla 69. Inversión

PLAN DE INVERSION	TOTAL INVERSION	RECURSOS Credito	RECURSOS PROPIOS
A. Activos Fijos			
Terrenos	-	-	-
Maquinaria y equipo	14.529.000	14.529.000	-
Muebles y enseres	4.785.000	4.785.000	-
Equipo de oficina	-	-	-
Insumos de Cocina	1.639.800	1.639.800	
Total Activos Fijos	20.953.800	20.953.800	-
B. Capital de Trabajo			-
Insumos	1.996.070	-	1.996.070
Mano de obra	270.806	-	270.806
Sueldos	1.021.677	-	1.021.677
Arriendos	262.500	-	262.500
Servicios	51.250	-	51.250
Efectivo	-	-	-
Otros	4.774.394	-	4.774.394
Total Capital de trabajo	8.376.697	-	8.376.697
			-
C. I. Diferida	5.180.000	-	5.180.000
			-
Inversion Total	34.510.497	20.953.800	13.556.697

Fuente: Autor del proyecto.

5.1.5 Fuentes de financiación.

Los recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto son \$34.510.497=, que están distribuidos así: recursos propios de los socios representados por dinero disponible para la implementación del proyecto que es la suma de \$13.556.697 y representa aproximadamente un 39% de la inversión total.

La diferencia de los recursos (\$20.953.800) se obtendrá a partir de un crédito de consumo, que se efectuará con el Banco de Colombia y cuya tasa de interés anual es del 15.64%.

Tabla 70. Fuentes financiación

Concepto	Valor	Porcentaje
Crédito	20.953.800	61%
Recursos propios	13.556.697	39%
Total	34.510.497	100%

Fuente: Autor del proyecto.

5.2 COSTOS

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

5.2.1 Costos fijos.

Los costos fijos son aquellos que se generan mensualmente pero no tienen relación con la disminución o el incremento de las ventas o de la producción.

Tabla 70. Costos fijos

COSTOS FIJOS TOTALES		
Concepto	Valor Mensual	Valor Anual
Gastos de personal Fijo y variable	\$ 4.086.707,31	\$ 49.040.488
Servicios Públicos de Administración	\$ 205.000,00	\$ 2.460.000,00
Honorarios del contador	\$ 175.383,86	\$ 2.104.606
Arrendamiento	\$ 1.050.000,00	\$ 12.600.000,00
Otros Gastos de Admón.	\$ 80.000,00	\$ 960.000,00
Seguro de maquinaria y equipo	\$ 110.000,00	\$ 1.320.000,00
Mantenimiento y reparaciones (Provisión)	\$ 70.000,00	\$ 840.000,00
Reposición herramientas	\$ 80.000,00	\$ 960.000,00
Publicidad de operación	\$ 138.333,33	\$ 1.660.000,00
Depreciación maquinaria y equipo	\$ 349.230,00	\$ 4.190.760,00
Amortización	\$ 35.972,22	\$ 431.666,67
Total:	\$ 6.380.626,73	\$ 76.567.521

Fuente: Autor del proyecto.

5.2.2 Costos variables.

Los costos variables están directamente relacionados con el producto, con el valor de los insumos, el incremento o disminución en las ventas y la mano de obra directa.

Tabla 71. Costos variables


Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Insumos	\$ 95.811.360	\$ 98.685.701	\$ 101.646.272	\$ 104.695.660	\$ 107.836.530
Meseros	\$ 10.894.080	\$ 10.894.080	\$ 10.894.080	\$ 10.894.080	\$ 10.894.080
TOTAL	\$ 106.705.440	\$ 109.579.781	\$ 112.540.352	\$ 115.589.740	\$ 118.730.610

Fuente: Autor del proyecto.

5.2.3 Costos totales unitarios.

Son los costos de producir un plato promedio.

Tabla 72. Costos unitarios

MATERIAS PRIMAS	CANT.USAR	Unidad	P.UNIT	COST UNIT	COSTO	PRESENTACION
TORTILLA	\$ 2.753,2					
Harina	0,25	Kg	\$ 2.200	550		
Mantequilla	0,03	Kg	\$ 4.400	123		
Polvo Hornear	0,02	Kg	\$ 3.800	76		
Sal	0,02	Kg	\$ 2.200	44		
RELLENO						
Carnes (Pollo,res, jamon)	0,11	Kg	\$ 11.000	1.210		
Verduras	varios	Kg	varios	250		
Salsas	varios	Kg	varios	200		
Quesos	varios	Kg	varios	300		
TOTAL MATERIAS PRIMAS E INSUMOS POR UNIADE PRODUCTO					\$ 2.753	

Fuente: Autor del proyecto.

5.3. PRECIO DE VENTA

El precio se fija con base en el mercado actual y tiene un margen de contribución de 53%.

Tabla 73. Precio

Precio Venta de Referencia	Costo Variable Unit	Mgrn. Contrib
5.900	2.753	53% 3.147

Fuente: Investigación de Mercados

Presupuesto de ingresos y egresos

Igualmente se proyectan los ingresos y egresos a 5 años.

- **Venta de servicios anuales**

Tabla 74. Producción anual

						
Descripción	Cantidades Mes	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TACOS MEXICANOS	2.900	34.800	35.844	36.919	38.027	39.168
Total	2.900	34.800	35.844	36.919	38.027	39.168

Fuente: Autor del proyecto.

- **Ingresos y egresos presupuestados**

Tabla 75. Ingresos presupuestados

						
Proyeccion de Ventas Anuales						
Descripción	Precio Venta de Referencia	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TACOS MEXICANOS	\$ 5.900	\$ 205.320.000	\$ 211.479.600	\$ 217.823.988	\$ 224.358.708	\$ 231.089.469
Precio promedio	\$ 5.900,00	205.320.000	211.479.600	217.823.988	224.358.708	231.089.469

Fuente: Autor del proyecto.

- **Gastos financieros proyectados**

Tabla 76. Gastos financieros proyectados

Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Interés	3.068.266	2.564.195	1.975.382	1.287.583	484.155
Total	3.068.266	2.564.195	1.975.382	1.287.583	484.155


Fuente: Autor del proyecto.

5.4. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS

5.4.1 Estado de Resultados Proyectados a 5 años

El 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.

Tabla 77. Estado de resultados proyectado


ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIA PROYECTADO					
					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
= Ingresos Operacionales					
+Venta	205.320.000	211.479.600	217.823.988	224.358.708	231.089.469
(-) Costos de Producción	124.885.440	127.759.781	130.720.352	133.769.740	136.910.610
= Utilidad Bruta	80.434.560	83.719.819	87.103.636	90.588.968	94.178.859
(-) Gasto de Admon y Ventas	58.387.521	58.387.521	58.387.521	58.387.521	58.387.521
= Utilidad Operacional	22.047.039	25.332.298	28.716.115	32.201.447	35.791.338
(-) Intereses	3.068.266	2.564.195	1.975.382	1.287.583	484.155
= Utilidad Ante Impuestos	18.978.773	22.768.104	26.740.733	30.913.864	35.307.183
(-) Provisión para impuestos (33%)	6.262.995	7.513.474	8.824.442	10.201.575	11.651.370
= Utilidad Liquida	12.715.778	15.254.630	17.916.291	20.712.289	23.655.813
(-) Reserva Legal (10%)	1.271.578	1.525.463	1.791.629	2.071.229	2.365.581
= Utilidad Neta	11.444.200	13.729.167	16.124.662	18.641.060	21.290.231
margen bruto	39%	40%	40%	40%	41%
margen operacional	11%	12%	13%	14%	15%
margen neto	6%	6%	7%	8%	9%

Fuente: Autor del proyecto.

5.4.2 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

Tabla 78. Flujo de caja proyectado

<div style="text-align: center;">  </div>						
ENTRADAS	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Disponible Mes Anterior		-	28.979.486	46.604.540	66.362.932	88.295.687
Recursos Propios	13.556.697	13.556.697	-	-	-	-
Préstamo Bancario	20.953.800	20.953.800	-	-	-	-
Ingresos por Ventas		205.320.000	211.479.600	217.823.988	224.358.708	231.089.469
Recaudo Cartera						
TOTAL ENTRADAS (A)	34.510.497	239.830.497	240.459.086	264.428.528	290.721.639	319.385.156
SALIDAS						
Inversiones y Constitucion	26.133.800	26.133.800	-	-	-	-
Insumos		95.811.360	98.685.701	101.646.272	104.695.660	107.836.530
Mano de Obra		10.894.080	10.894.080	10.894.080	10.894.080	10.894.080
Servicios Públicos		2.460.000	2.460.000	2.460.000	2.460.000	2.460.000
Arrendamientos		12.600.000	12.600.000	12.600.000	12.600.000	12.600.000
Mantenimiento y Reparaciones		840.000	840.000	840.000	840.000	840.000
Publicidad		1.660.000	1.660.000	1.660.000	1.660.000	1.660.000
Honorarios		2.104.606	2.104.606	2.104.606	2.104.606	2.104.606
Sueldos		49.040.488	49.040.488	49.040.488	49.040.488	49.040.488
Otros		3.240.000,00	3.240.000,00	3.240.000,00	3.240.000,00	3.240.000,00
Intereses Pagados		3.068.266	2.564.195	1.975.382	1.287.583	484.155
Impuestos		0	6.262.995	7.513.474	8.824.442	10.201.575
Pago Capital-Crédito		2.998.410	3.502.482	4.091.294	4.779.093	5.582.521
TOTAL SALIDAS (B)	26.133.800	210.851.010	193.854.546	198.065.596	202.425.952	206.943.955
DISPONIBLE FIN AÑO (A-B) (Capital de trabajo)	8.376.697	28.979.486	46.604.540	66.362.932	88.295.687	112.441.201

Fuente: Autor del proyecto.

Tabla 79. Flujo de Tesorería



Flujo de Caja (Tesorería)						
ENTRADAS	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Disponible Mes Anterior		-	-	-	-	-
Recursos Propios	13.556.697		-	-	-	-
Préstamo Bancario	20.953.800		-	-	-	-
Ingresos por Ventas		205.320.000	211.479.600	217.823.988	224.358.708	231.089.469
Recaudo Cartera						
TOTAL ENTRADAS (A)	34.510.497	205.320.000	211.479.600	217.823.988	224.358.708	231.089.469
SALIDAS						
Inversiones y Constitucion	26.133.800		-	-	-	-
Insumos		95.811.360	98.685.701	101.646.272	104.695.660	107.836.530
Mano de Obra		10.894.080	10.894.080	10.894.080	10.894.080	10.894.080
Servicios Públicos		2.460.000	2.460.000	2.460.000	2.460.000	2.460.000
Arrendamientos		12.600.000	12.600.000	12.600.000	12.600.000	12.600.000
Mantenimiento y Reparaciones		840.000	840.000	840.000	840.000	840.000
Publicidad		1.660.000	1.660.000	1.660.000	1.660.000	1.660.000
Honorarios		2.104.606	2.104.606	2.104.606	2.104.606	2.104.606
Sueldos		49.040.488	49.040.488	49.040.488	49.040.488	49.040.488
Otros		3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000
Intereses Pagados		3.068.266	2.564.195	1.975.382	1.287.583	484.155
Impuestos		-	6.262.995	7.513.474	8.824.442	10.201.575
Pago Capital-Crédito		2.998.410	3.502.482	4.091.294	4.779.093	5.582.521
TOTAL SALIDAS (B)	26.133.800	184.717.210	193.854.546	198.065.596	202.425.952	206.943.955
DISPONIBLE FIN AÑO (A-B) (Capital	8.376.697	20.602.790	17.625.054	19.758.392	21.932.755	24.145.514
		8.376.697	28.979.486	46.604.540	66.362.932	88.295.687
	8.376.697	28.979.486	46.604.540	66.362.932	88.295.687	112.441.201

Fuente: Autor del proyecto.

5.4.3 Balance General

Este informe presenta en forma clara el valor de sus propiedades y derechos, sus obligaciones y su capital en el período inicial antes de comenzar a percibir ingresos y de generar utilidades.

Tabla 80. Balance general Comidas Rápidas Tokas

 BALANCE GENERAL PROYECTADO 						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos						
Caja	34.510.497	28.979.486	46.604.540	66.362.932	88.295.687	112.441.201
Cuentas por Cobrar						
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	34.510.497	28.979.486	46.604.540	66.362.932	88.295.687	112.441.201
Activos Fijos						
Maquinaria y Equipo		20.953.800	20.953.800	20.953.800	20.953.800	20.953.800
Depreciacion Acumulada		4.190.760	8.381.520	12.572.280	16.763.040	20.953.800
TOTAL ACTIVO FIJO	-	16.763.040	12.572.280	8.381.520	4.190.760	-
Otros Activos						
Inversiones Diferidas		5.180.000	5.180.000	5.180.000	5.180.000	5.180.000
Amortizaciones de Diferidos		431.667	863.333	1.295.000	1.726.667	2.158.333
TOTAL OTROS ACTIVOS	-	4.748.333	4.316.667	3.885.000	3.453.333	3.021.667
TOTAL ACTIVO	34.510.497	50.490.860	63.493.487	78.629.452	95.939.780	115.462.867
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
Cuenas por Pagar Proveedores		-				
Obligaciones Laborales		-				
Obligaciones Bancarias	20.953.800	17.955.390	14.452.908	10.361.614	5.582.521	0
Impuestos por Pagar		6.262.995	7.513.474	8.824.442	10.201.575	11.651.370
TOTAL PASIVO	20.953.800	24.218.385	21.966.383	19.186.056	15.784.096	11.651.370
PATRIMONIO						
Capital Social	13.556.697	13.556.697	13.556.697	13.556.697	13.556.697	13.556.697
Reserva Legal		1.271.578	2.797.041	4.588.670	6.659.899	9.025.480
Utilidades del Ejercicio		11.444.200	13.729.167	16.124.662	18.641.060	21.290.231
Utilidades acumuladas			11.444.200	25.173.367	41.298.029	59.939.089
TOTAL PATRIMONIO	13.556.697	26.272.475	41.527.104	59.443.395	80.155.684	103.811.497
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	34.510.497	50.490.860	63.493.487	78.629.452	95.939.780	115.462.867
PRUEBA	0	0	0	0	0	0

Fuente: Autor del proyecto.

5.5. CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD FINANCIERA DEL PROYECTO

La inversión total se define teniendo en cuenta la inversión fija para la adquisición de maquinaria, equipos, muebles y enseres necesarios para dotar el área de producción, de servicios y administrativa.

El capital de trabajo se define para un período de 15 días en razón a que las ventas se harán de contado pudiendo percibir los dineros necesarios para la adquisición de la materia prima.

Se recurre a un crédito de \$20.953.800 con plazo de pago a 60 meses, con una entidad bancaria de la ciudad.

Es necesario costear de manera detallada los insumos, la materia prima, los costos fijos y variables para garantizar una rentabilidad que permita justificar el montaje y funcionamiento COMIDAS RAPIDAS TOKAS, con la capacidad de sostenerse en el mercado y de brindar satisfacción a clientes, trabajadores y socios.

El precio de venta está acorde con los manejados por la competencia y con la relación costos y rentabilidad, a fin de que sea viable la ejecución del proyecto.

Con el análisis financiero se asegura una utilidad aceptable, siempre y cuando se manejen el volumen de la capacidad instalada, en procura de aumentar la demanda hasta copar la capacidad diseñada para hacer que los costos fijos se justifiquen con la producción.

El flujo de efectivo proyectado muestra un buen nivel de disponibilidad de dinero para cubrir costos y gastos sobre todo después de 1 año de su inicio.

El balance general muestra un alto valor del patrimonio, lo cual analizado con los índices financieros, arroja cifras aceptables y viables para el funcionamiento del restaurante.

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

La evaluación del proyecto, está conformado por fases que generan incertidumbre en el momento en que se identifica una necesidad y se desarrolla mediante una solución propuesta a una necesidad, puesta en práctica de una solución y la fase final es terminar el proyecto; para medir tal efecto; es necesario tener en cuenta variables de impacto económico, social y ambiental que determinan si la información plasmada permite comprar certidumbre antes de tomar la decisión de invertir.

6.1 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es aquel punto o nivel de actividad en el cual los ingresos igualan a los costos y gastos totales, es decir el nivel de operación donde la utilidad es igual a 0. Dicho de otra forma es el punto en donde se cubren exactamente todos los costos y gastos fijos.

Existen diferentes técnicas para calcular el punto de equilibrio, por lo cual al tratarse de un solo producto, se utilizará el método de punto de equilibrio para un producto. Esta herramienta que permite examinar la relación de los costos y las utilidades con el volumen de producción determinando el mínimo de unidades a vender.

Dada la fórmula

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{PRECIO DE VENTA U} - \text{COSTO DE U VENTA}}$$

Tabla 81. Punto de equilibrio del producto

Costo Fijo Total	76.567.521
Precio de Venta	5.900
Costo Variable	2.753
Valor venta unitario	5.900
Costo Variable unitario	2.753
Costo fijo	76.567.521
Punto de equilibrio (unidades Año)	24.332
Punto de equilibrio (unidades prom mes)	2.620

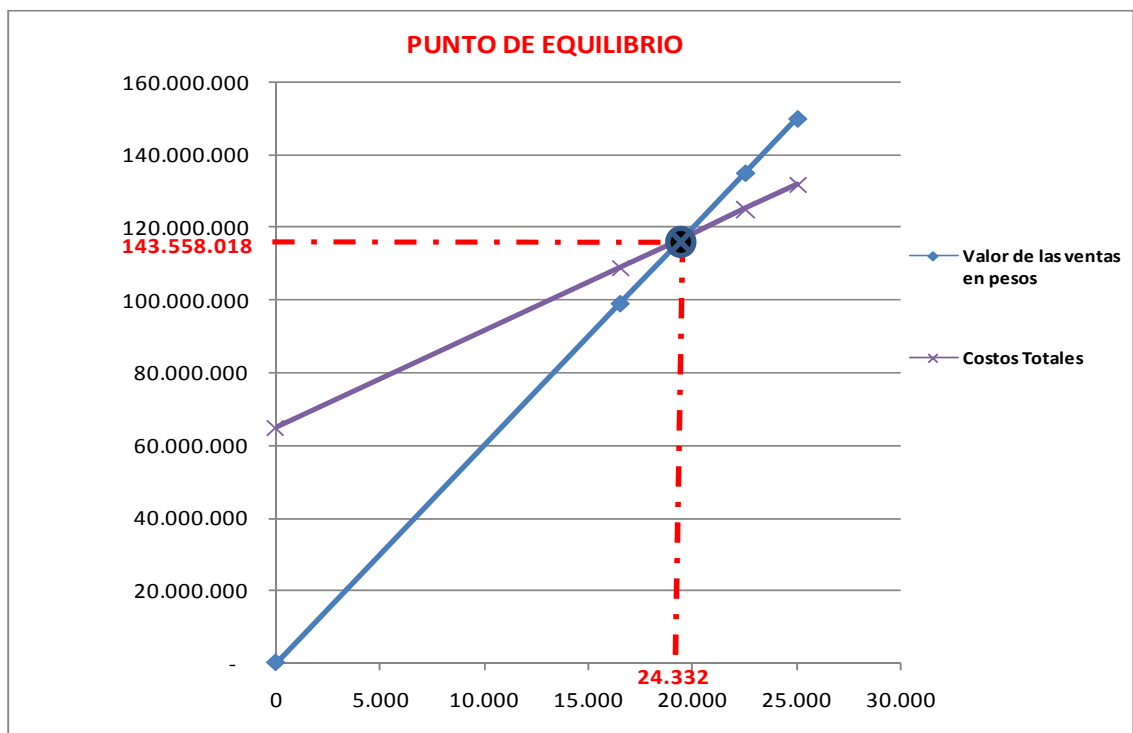
Fuente: Autor del proyecto.

Tabla 82. Margen de contribución del producto

Precio Venta de Referencia	Costo Variable Unit	Mgrn. Contrib
5.900	2.753	53% 3.147

Fuente: Autor del proyecto.

Figura 34. Punto de equilibrio



Fuente: Autor del proyecto.

6.2 IMPACTO SOCIAL

El impacto social de un proyecto o de una empresa sobre la comunidad o la sociedad, es identificar mecanismos de evaluación y medición que indiquen en forma objetiva cuál es su real capacidad de construcción. La creación de este tipo de empresas para generar servicios y a su vez mediante su operación comercial, obtener ingresos y generar empleo; Producen dos clases de beneficios: El de la sociedad o comunidad de impacto que circula en el entorno del centro de la ciudad y por otro lado el del inversionista del proyecto.

La comunidad que acude al centro del municipio de Piedecuesta y en especial las personas que transitan libremente por el perímetro enmarcado para el desarrollo de este proyecto, resultan beneficiados con este establecimiento de comida rápida, porque aquellos que no tienen elección fija donde ir a consumir sus alimentos,

debían desplazarse a lugares que no les llenaban sus expectativas en cuanto a gusto o calidad, ahora con COMIDAS RAPIDAS TOKAS podrán tener otra opción de elegir y escoger una nueva alternativa para alimentarse con óptima calidad.

A su vez, se apoya el esfuerzo que realiza el Gobierno Nacional sobre los programas que generan mayor empleo y, así, poder brindar la posibilidad de ofertar mejoras en el estilo de vida de muchas personas y la inversión privada que se ha de llevar a cabo, debe tener obligaciones comprometedoras con los beneficios que en éstas han de surgir.

También se contribuye a la nación mediante el pago de impuestos tales como licencias de funcionamiento, impuestos de industria y comercio e impuesto de renta.

6.2.1 Desarrollo y fomento tecnológico empresarial local.

El sentido de pertenencia de la empresa Tokas Ltda., con el Municipio de Piedecuesta y zonas aledañas, es formar parte a futuro como unidad del sector privado de un proyecto municipal de la alcaldía, para proyectos de emprendimientos de mujeres cabeza de hogar.

6.2.2 Desarrollo empresarial regional.

La logística del proyecto está basada en el montaje de una empresa productora y comercializadora de comidas rápidas con productos exclusivos de alto valor agregado.

La empresa Tokas Ltda., tiene como propósito soportar el crecimiento del sector de los alimentos en el Municipio de Piedecuesta Santander, el esquema de gestión empresarial involucrará la contratación de personal directo, incrementando la calidad y productividad del sector, así como mejoramiento de los ingresos y la estabilidad laboral de quienes se dedican a esta labor.

6.2.3 Generación de empleo.

La puesta en marcha de la empresa, incrementará la generación de empleos directos e indirectos para su normal funcionamiento.

En sus instalaciones se beneficiarán 5 empleados con contratos indefinidos (1), fijo (2) y contratación de servicios (2); además se generará empleos indirectos con la compra de insumos y materiales indirectos.

6.2.4 Desarrollo tecnológico empresarial nacional.

Con el montaje de una página WEB, será un medio expansivo de información para quien lo requiera y quien necesite satisfacer las necesidades; con solo tener un computador e internet en su residencia se podrá acceder a la empresa e igualmente obtener el portafolio de productos que se ofrecen a este nicho del mercado.

6.3 IMPACTO AMBIENTAL

El Ministerio de medio ambiente de Colombia, desarrolló el Proyecto Sistema de Indicadores Ambientales Urbanos "SIAU"¹⁹ en asocio con la RDS Colombia y Colnodo; este proyecto es ejecutado para el desarrollo del Programa de Fortalecimiento Institucional para la Gestión Ambiental Urbana. Dentro de sus componentes, incluye la creación de sistemas de información ambiental para los grandes centros urbanos y para las ciudades intermedias.

6.3.1 Análisis ambiental.

El impacto ambiental que ocasionará el local de la empresa de Comidas Rápidas Tokas en el municipio de Piedecuesta, será el siguiente:

¹⁹ www.rds.org.co/siau.htm

Tabla 83. Matriz de impacto ambiental.

Factores	Afecación de Paisaje local ubicado en la Calle 8 con carrera 8, Piedecuesta, Estrato 3	
AGUA	Entrada	Recurso hídrico suministrado por el Acueducto Municipal Consumo diario humano: aseo personal, uso de sanitarios, aseo en las instalaciones, cafetería.
	Transformaciones	Por su uso se transforman en aguas negras.
	Salida	Salen por los desagües del alcantarillado.
	SIAU	Se consume 6 mts ³ por persona mensualmente = 6 mt ³ x 3,5 personas=21 mt ³ 1 mt ³ = \$1.389 x 21 = \$29.169.por ser estrato 3
ENERGIA	Entrada	Recurso Energético suministrado por la Electrificadora; se utiliza para uso de: 1 fluorescente, 2 bombillos ahorradores de energía, 1 computador portátiles, 1 caja registradora, 1 impresora, y 1 dispensador de agua mineralizada.
	Transformaciones	Contaminación electromagnética por los computadores,
	Salidas	emisión de gases por los fluorescentes y bombillos
	SIAU	Se consume 70 kWh/m x3,5 personas =245 kWh/m 1 kWh/mes = \$211x 245=\$ 51.695 por ser estrato 3
SUELOS	Entrada	Local ubicado en el Centro del Municipio de Piedecuesta, calle 8 con carrera 8, Estrato 3.
	Transformaciones	No aplica
	Salidas	No aplica
	SIAU	Las actividades comerciales se ajustan a las normas del Plan de Ordenamiento Territorial
RESIDUOS	Entrada	Sobres carta, sobres de manila, materia prima, papel carta para imprimir.
	Transformaciones	Papel carta usado para imprimir como reciclaje
	Salidas	Empaques de plástico, empaques de cartón, el blanco de impresión usado, sobres de carta, sobres de Manila
	SIAU	Se reciclan para nuevos usos en la industria del Reciclaje.

Fuente: Autor del proyecto.

Este proyecto se acoge a las condiciones sanitarias generales en cuanto a que:

- Se localizará en sitio seco, no inundable y en terreno de fácil drenaje.
- Los alrededores se conservarán en perfecto estado de aseo, libres de acumulación de basuras, formación de charcos o estancamiento de agua.
- Estará diseñado y construido para evitar la presencia de insectos y roedores.
- Dispondrá de suficientes abastecimiento de agua potable.
- Contará con servicios sanitarios para el personal que labora y que es atendido en el establecimiento, debidamente dotados y separados del área de preparación de los alimentos.
- Tendrá sistemas sanitarios adecuados, para la disposición de aguas servidas y excretas.

Los alimentos. Son sustancias o mezclas destinadas al consumo humano que permite a los seres vivos crecer, mantenerse y reproducirse. Es de vital importancia reconocer que dichos alimentos por su estado natural y la manipulación están expuestos a la alterabilidad y contaminación.

Los alimentos se clasifican en: perecederos, semi perecederos y no perecederos.

Existen algunos agentes nocivos que ocasionan deterioro en los alimentos como: microorganismos, bacterias, y virus. Para evitar cualquier contaminación o daño por intoxicación en las personas que consumen los alimentos se tendrá especial cuidado en el proceso de elaboración de los menús desde el momento en que se adquiera la materia prima hasta la eliminación de los desechos y residuos.

- El agua. La disponibilidad de este preciado líquido en la zona de influencia del restaurante es del 100 %, procedente del Acueducto Metropolitano de la ciudad de Bucaramanga, suministrado a través de la instalación de tuberías para aguas negras, grises y blancas y un óptimo servicio de alcantarillado.

- El aire. La transformación de los alimentos conduce a una contaminación del aire debido a: La combustión producida por la cocción, freído y asado de alimentos que aunque realizados en artefactos mediante el suministro del gas natural, producen contaminación al aire que se respira. Con el fin de no saturar el aire en zonas de producción, se hace necesaria la instalación de ductos que conduzcan el aire hacia la atmósfera. En la cocina estarán instaladas unas campanas extractoras sobre cada estufa que también tienen unas láminas que hacen las veces de “trampas de grasa”, allí se condensa el vapor que emana de las estufas, hornos y parrillas y es retirado de manera manual al asearlas. También será instalada una chimenea de evacuación de estos vapores para que expulse hacia el exterior el vapor húmedo en forma de humo, al finalizar los conductos de evacuación tienen unos motores succionadores que generan mucho ruido por esta razón contarán con unos dispositivos que aíslan o minimizan el ruido hasta los decibeles permitidos por la ley.
- El suelo. El uso del suelo para un establecimiento de comida rápida en su área de influencia, comprende el uso de un predio privado en el barrio El Centro, estrato 3, en zona urbana de la ciudad, con acceso a un área peatonal que conduce a la entrada del establecimiento, denominada andén y el uso de las vías de acceso para llegar a él. Todo ello dentro del cumplimiento de lo estipulado para este tipo de negocio, según el art. 34 y 35 del Plan de Ordenamiento Territorial (POT) de la ciudad de Piedecuesta.
- Manejo de residuos. Como se trata de un restaurante que diariamente preparará alimentos para ser servidos a la mesa, no habrá reutilización de residuos, ni conversión en subproductos por cuanto la materia prima a utilizar será estrictamente la que se utilice diariamente y no podrá acumularse o guardarse o conservarse ningún alimento preparado para reutilizar. En el caso de que queden algunos alimentos procesados serán regalados a personas cuya necesidad lo amerite.

- Ruido. Como el ruido también constituye una fuente de contaminación, es importante considerarlo en lo que respecta a la protección y conservación del medio ambiente en relación con la producción. Las actividades que se desarrollarán en el establecimiento tanto en el área de producción como de servicio no producirán ruidos que perturben la tranquilidad de trabajadores y clientes. No obstante se tomarán medidas para evitar cualquier molestia. Culturar al personal de producción y servicio para que eviten la generación de ruidos perturbadores en el desempeño de sus labores, obviamente habrá actividades que llevan inherente la generación de ruidos no perturbadores, lo cual será normal y fácilmente adaptable. De acuerdo con la ubicación del restaurante, el ruido del entorno no será perturbador, no obstante se mantendrá un buen nivel de música agradable que distraiga a los clientes y por un momento descansen del ruido del entorno natural de una zona comercial.
- Servicio de energía. Si el local a utilizar tiene varios años de uso, se hará una minuciosa revisión de las acometidas eléctricas y de su medidor, cuyo mantenimiento se hará con regularidad. Las luminarias para el área de servicio y de producción serán ahorradores mediante tubos electrónicos que generan un menor consumo en donde los balastos no son de asfalto, ubicados estratégicamente. En conclusión la investigación y desarrollo realizado en lo que respecta al impacto ambiental, ha sido el despertar hacia un enfoque más profundo para que COMIDAS RAPIDAS TOKAS sea un establecimiento consciente de su responsabilidad con la sociedad y el medio ambiente, en el desarrollo de su objeto social para satisfacción de clientes y empleados.

7. EVALUACION FINANCIERA

En la mayoría de organizaciones o empresas de tipo privado, las decisiones financieras tienen un objetivo claro, "la maximización del patrimonio" por medio de las utilidades.

Para evaluar la viabilidad del proyecto de inversión los indicadores más utilizados son: Valor presente neto, tasa interna de retorno, coeficiente beneficio costo, y periodo de recuperación.

Estos indicadores de evaluación permiten dar una medida, más o menos ajustada, de la rentabilidad que proporcionará el proyecto de inversión, antes de iniciarlo. También permiten compararlo con otros proyectos similares, y, en su caso, realizar los cambios en el proyecto que se consideren oportunos para hacerlo más rentable.

7.1 VALOR PRESENTE NETO.

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados en el presente a la inversión inicial.

El VPN consiste en tomar los valores de cada alternativa en el punto cero; es decir se calculan los valores presentes netos con base en la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) o tasa de interés de oportunidad, que no es más que la tasa atractiva para las socias del proyecto.

7.1.1 Tasa de rendimiento.

Es aquella que sirve para medir las utilidades financieras de una inversión.

7.1.2 Tasa mínima de rendimiento.

Es aquella como marco de referencia para hacer una inversión; por debajo de esta tasa no se deben hacer inversiones.

$$TMAR^{20} = i + f + i * f$$

i = premio al riesgo

f = Inflación año actual entre 3 y 4% (El Banco de la República estableció una meta de inflación de entre 2 y 4% para todo el año 2011²¹)

Tasa promedio de colocación: es la tasa de interés a la que colocan los créditos los intermediarios financieros = inflación/ tasa de colocación interbancaria financiero

Aplicando los conceptos adquiridos:

i = 10% (Tasa de premio al riesgo)

f = inflación promedio proyectada = 3,17%

$$TMAR = ((1,0317) \times (1,10)) - 1 \times 100 = 13,49\%$$

$$TMAR = (13,49 \times 0,51) + (0,49 \times (13,98 \times (1 - 0,33)))$$

$$6,88 \quad + \quad 4,59$$

$$TMAR = 11,47\%$$

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:

$$TAMR = \frac{(1 + TARM)}{(1 + TI)} - 1 * 100 = \frac{1,1147}{1,02} - 1 * 100 = 9,28\%$$

Para calcular el VPN se utiliza el costo de capital ó TMAR; por lo tanto la fórmula a aplicar para hallar el VPN en cinco años es:

$$VPN = - A + [FC1 / (1+i)^1] + [FC2 / (1+i)^2] + \dots + [FC5 / (1+i)^5]$$

En donde

A: Inversión inicial

FC: flujos de caja

²⁰ BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. 5ª ed. Mc Graw Hill. Pag 184.

²¹ www.dinero.com/actualidad/economia/bajan-expectativas-inflacion-colombia-para-fin-del-2010

n: número de años (1,2,...5)

i: tipo de interés (TMAR) = 0.0928 =9,28%

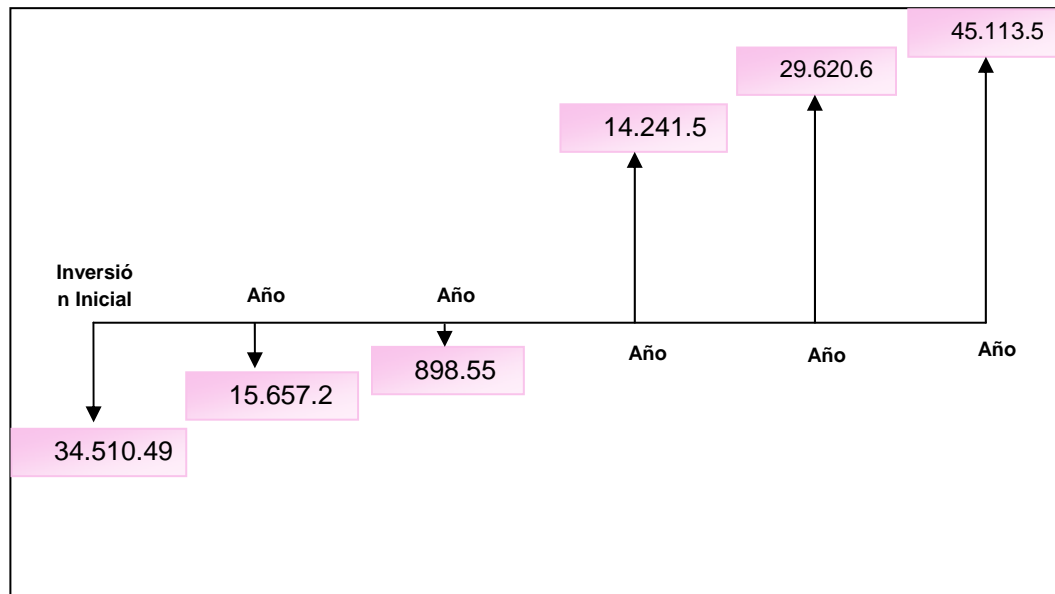
Reemplazando los valores en la fórmula anterior se obtiene

Tabla 84. Flujo de caja

Periodo	Inversión	Flujos Netos	Factor VPN	VPN (0)	VPN Acumulado
Año		Sin Actualizar	$(1+i)^n$		
0	-34.510.497		1		-34.510.497
1		20.602.790	1,0928	18.853.212	-15.657.285
2		17.625.054	1,1942	14.758.733	-898.552
3		19.758.392	1,3050	15.140.127	14.241.575
4		21.932.755	1,4261	15.379.083	29.620.659
5		24.145.514	1,5585	15.492.911	45.113.569

Fuente: Autor del proyecto.

Figura 35. Flujo de caja



El valor presente neto es \$ 45.113.569 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 reinvertiendo en el desarrollo mismo del proyecto, año tras año.

7.1.3 Tasa Interna de Retorno.²²

Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero; es decir que es la tasa que iguala la suma de los flujos a la inversión inicial.

La cual se obtiene a través de la aplicación de la siguiente fórmula

$$A = [FC1 / (1+i)^1] + [FC2 / (1+i)^2] + \dots + [FC5 / (1+i)^5]$$

A= Inversión inicial

FC: flujos de caja

n: número de años (1,2,...5)

i: tasa interna de retorno (TIR)

Tabla 85. Tasa Interna de retorno TIR

VPN	45.113.569
TIO	9,28%
TIR	50,80%
Diagnostico	RENTABLE
DATOS	VALOR
INVERSION	-34.510.497
AÑO 1	20.602.790
AÑO 2	17.625.054
AÑO 3	19.758.392
AÑO 4	21.932.755
AÑO 5	24.145.514
TIR	50,80%

Fuente: Autor del proyecto.

La TIR para esta proyección es del 50,8%, lo que significaría que por cada peso que se invierte en el proyecto esta retribuyendo \$0,508.

²² BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. 5ª ed. Mc Graw Hill. Pag 224

7.1.4 Periodo de recuperación.

También denominado *payback*, *paycash*, *payout* o *payoff*, indica el tiempo que la empresa tardará en recuperar la inversión de 34.510.497, sumando los flujos de caja positivos que incorporando una tasa del 8,35%, este período puede estar dado en años o meses.

Al sumar los flujos netos de los 2 primeros periodos nos da como resultado \$ 63.437.655, lo que significa que dado al valor de la inversión esta se recuperará en un periodo inferior a 2 años.

Por lo tanto se hace necesario distribuir equitativamente el valor neto del segundo periodo equivalente a \$ 17.625.054, en los 12 meses del año, dando como resultado un valor mensual de \$1.468.754, y este valor se divide en 30 días resultado a \$ 48.958 día

Tabla 86. Periodo de recuperación

Periodo	Tiempo	Flujos Netos	Saldos
0			-34.510.497
1	1 año	20.602.790	-13.907.707
2	9 meses	17.625.054	3.717.347
	4,6 días	3.717.347	7.434.693

Fuente: Autor del proyecto.

El periodo de recuperación de la empresa, será de 1 año, 9 meses y 4 día 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.

7.1.5 Análisis de las razones financieras.

Los datos están relacionados con la evaluación financiera de la empresa en un fin de periodo contable y se tomarán directamente del Balance General. Existen cuatro tipos básicos de razones financieras que son:

- Bloque de Liquidez
- Bloque de endeudamiento
- Bloque de actividad
- Bloque de rentabilidad

7.1.5.1 Bloque de liquidez.

Mide la capacidad de la empresa para cumplir con las obligaciones (pagos) a corto plazo.

Tabla 87. Bloque de liquidez

INDICADORES FINANCIEROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIQUIDEZ						
RAZON CORRIENTE		1,20	2,12	3,46	5,59	9,65
CAPITAL NETO DE TRABAJO		4.761.101	24.638.158	47.176.875	72.511.591	100.789.830

Fuente: Autor del proyecto.

- **Razón de liquidez**

$$\text{Razón de liquidez} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

El indicador razón de liquidez, muestra las disponibilidades de recursos de Comidas Tokas Ltda., a corto plazo para atender los compromisos o deudas en un tiempo menor a un año.

Análisis. Se aprecia en el resultado de este indicador que por cada peso (\$1) que adeudará la empresa en el corto plazo, en el año 1 tendrá capacidad de pago de \$1.20, es decir que tendrá liquidez para atender los compromisos.

- Capital de trabajo

Capital de trabajo= Activo corriente - Pasivo Corriente

Análisis. La empresa, cancelará la deuda de \$ 20.953.800, en el año 05 y le quedará un capital de trabajo de \$100.789.830, lo anterior representará operar sin deudas para los años siguientes o realizar nuevas inversiones financieras y operativas.

- **Prueba ácida**

$$\text{Prueba Ácida} = \frac{\text{Activo corriente} - \text{inventario}}{\text{pasivo corriente}}$$

Análisis: debido a que la empresa, no manejará inventarios ociosos, el valor de los inventarios es \$0. ya que la materia prima se adquirirá con stock mínimos según el número de pedidos de los clientes; por lo tanto la fórmula dará como resultado 1,20% de activo circulante igual que el de la razón de liquidez.

7.1.5.2 Bloque de endeudamiento.

Miden el grado en el que Comidas Tokas Ltda. se ha financiado por medio de la deuda.

Tabla 88. Bloque de endeudamiento

ENDEUDAMIENTO						
NIVEL DE ENDEUDAMIENTO		0,48	0,35	0,24	0,16	0,10
ENDEUDAMIENTO FINANCIERO		0,09	0,07	0,05	0,02	0,00
IMPACTO CARGA FINANCIERA		0,031	0,036	0,041	0,045	0,050
COBERTURA DE INTERESES		7,19	9,88	14,54	25,01	73,93

Fuente: Autor del proyecto.

- **Tasa de deuda**

$$\text{Tasa de deuda} = \frac{\text{Total pasivo}}{\text{Total activo}}$$

El nivel de endeudamiento total o tasa de deuda, mostrará el nivel de participación de los acreedores (pasivo) dentro de la empresa.

Análisis. Lo anterior indica que por cada peso (\$1) que invertirá en activos, el 0.48 ó 48% pertenecerá a los acreedores de la empresa en el primer año y el 52% le corresponderá a los socios de la empresa.

- **Nivel de endeudamiento en el corto plazo**

$$\text{Nivel de endeudamiento en el corto plazo} = \frac{\text{Pasivo corriente}}{\text{total pasivo}}$$

Análisis. El resultado anterior indica que la empresa en el año 01, tendrá el 48% del nivel de endeudamiento en el corto plazo y el 10% se encuentra al largo plazo.

7.1.5.3 Bloque de actividad. Se denomina también de rotación y miden la eficiencia con la que la empresa utilizará los activos y la velocidad con que serán recuperados a través de las actividades operacionales.

Tabla 89. Bloque de actividad

RENTABILIDAD						
MARGEN BRUTO DE UTILIDAD		0,39	0,40	0,40	0,40	0,41
MARGEN OPERACIONAL		0,11	0,12	0,13	0,14	0,15
MARGEN NETO DE UTILIDAD		0,06	0,07	0,08	0,09	0,10
RENDIMI.DEL ACTIVO TOTAL		0,23	0,22	0,21	0,19	0,18
RENDIMIENTO PATRIMONIAL		0,44	0,33	0,27	0,23	0,21
ROTACION						
DE MATERIAS PRIMAS (INV)						
CICLO DE EFECTIVO						
ACTIVO TOTAL		2,47	2,01	1,66	1,39	1,19

Fuente: Autor del proyecto.

- Rotación de activos totales

$$\text{Rotación de activos totales} = \frac{\text{Ventas anuales}}{\text{Activos totales}}$$

El indicador de Rotación de activos totales y rotación de activos en días expresa las veces en que el valor de los activos totales de Tokas Ltda. Se convertirá en ventas, y la rotación en días de los mismos, respectivamente.

$$\text{Rotación de activos en días} = \frac{360 \text{ días}}{2,47 \text{ veces}}$$

Análisis: Por cada peso (\$1) de activos se generarán ventas de dos pesos con cuarenta y siete centavos (\$2.47), y los días de rotación de los activos serán de 145

días en el año 01; se deduce que será una empresa bien administrada en su producción y comercialización.

7.1.5.4 Bloque de rentabilidad. *La rentabilidad es el resultado neto de un gran número de políticas y decisiones, que revelan con que eficiencia se administrará la empresa.*

- **Margen bruto de utilidad**

$$\text{Margen bruto de utilidad} = \frac{\text{Utilidad Bruta en ventas}}{\text{Ventas netas totales}}$$

Muestra el porcentaje de rentabilidad que se obtiene de las ventas de la empresa., al restarle el costo de lo vendido (costo de ventas), sin descontar los gastos de administración, ventas y financieros.

Análisis. El indicador muestra que por cada peso (\$1) que la empresa., venda en el año 01, generará cuarenta centavos (\$0.39) de utilidad bruta.

CONCLUSIONES

- Actualmente la prestación de servicio de comidas rápidas tiene una gran aceptación en el municipio de Piedecuesta, abriendo las posibilidades para llevar a cabo este proyecto ya que será de gran utilidad para la comunidad por su calidad, variedad, nutrición y buen servicio.
- Los ejecutivos, empresarios, empleados, estudiantes y amas de casa, por sus múltiples ocupaciones, se ven precisados a tomar los alimentos, particularmente en horas de mediodía y la noche, en restaurantes de la ciudad o sitios de venta de comidas, cerca de su lugar de residencia, estudio o trabajo, exigiendo cada vez más calidad tanto en el producto como en el servicio.
- La venta de comidas rápidas en el municipio de Piedecuesta es bastante competitiva, por lo que el estudio de mercados muestra la falta de buen servicio, de mayor rotación de los menús y de ambientes más cómodos y agradables para tomar los alimentos.
- La creación del negocio de comidas rápidas y su puesta en marcha, ofrece a la comunidad la oportunidad de satisfacer su necesidad de alimentarse adecuadamente y al personal que la labora en la empresa, la oportunidad de mejorar su calidad de vida, mediante capacitaciones, cumplimiento en las obligaciones prestacionales de la empresa, todo dentro de la institucionalización de una cultura de servicio permanente, satisfacción laboral y buen clima organizacional.
- Gestionar la propia empresa es uno de los objetivos de optar el título de profesional en gestión empresarial y este proyecto es factible técnica y financieramente.

BIBLIOGRAFÍA

ANY CASTRO, José Nicolás, Investigación Integral de mercados. MC Graw Hill. 2005.

CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. 2009.

COCK German Jr. Cómo formular y evaluar un proyecto de inversión. Guía práctica para profesionales en todas las áreas. Bucaramanga. UCC, 1998.

DANE. Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Internet.

GARCIA PINZON, Álvaro. Estadística. UIS. Bucaramanga, 1986.

HARGADON, Bernardo. Principios de contabilidad. Editorial norma. . Bogotá, 1988.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN, ICONTEC, Compendio tesis y otros trabajos de grado, sexta actualización (2008- 08-04). Bogotá-Colombia: ICONTEC, 2008, 114 p.

MÉNDEZ ÁLVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología. 3ed. México: Mc Graw Hill, 2005, 170 p.

MENDOZA VILLALOBOS, Gilberto. Diagnóstico del Mercadeo Agrícola y Agroindustrial en Colombia. Una estrategia para la reactivación de la agricultura. Universidad Jorge Tadeo Lozano. Bogotá 1999. 202 páginas.

MIRANDA, Juan José .Gestión de Proyectos, identificación y Formulación. Tercera

Edición. MM. Editores.

ORTIZ ANAYA, Héctor. Análisis financiero aplicado. Décima ed. Universidad Externado de Colombia. Bogotá, 1999.

KOTLER, PHILIP. Fundamentos de mercado tecnica/ Philip Kotler; Traducido por: Guadalupe Meza Staines.



Anexo A. Encuesta habitantes de Piedecuesta

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
TECNOLOGIA EMPRESARIAL

Encuesta dirigida a los habitantes del municipio de Piedecuesta

El objetivo de esta encuesta es realizar una investigación de mercado que permita recopilar información relacionada con el comportamiento, aceptación y gusto que tiene los habitantes de los estratos 2,3,4,5 y 6 del municipio de Piedecuesta sobre las comidas rápidas.

Buenos día (tardes / noches) se está realizando un estudio sobre el consumos y preferencias de comidas rápidas en el municipio de Piedecuesta. ¿Sería tan amable de contestarme unas preguntas?

1. ¿Entre que rango oscila su edad?

15 -25 25-35
 35-45 + de 45

2. ¿A qué estrato social pertenece?

2 3 4 5/6

3. ¿Con que frecuencia consume comidas rápidas?

a. Todos los días

b. de 1 a 3 veces en semanales

- c. de 1 a 3 veces mensuales
- d. casi nunca

4. ¿En comidas rápidas cual es su favorita?

- a. Perros – hamburguesas
- b. Pizzas - Panzeroti
- c. Pollo (asado – Broaster)
- d. Empanadas – arepas
- e. Tacos – creppes - waffles

5. ¿Cuál es el presupuesto aproximado por comida rápida?

- a. \$3000 / \$4000
- b. \$5000 / \$6000
- c. \$7000 / \$8000
- d. más de \$9000

6. De acuerdo a su preferencia en comida rápida, ¿cuál es el lugar que frecuenta?

7. Cuándo sale a comer lo hace acompañado por:

- a. Su pareja
- b. Familia e hijos
- c. Amigos
- d. Solo

8. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera importante al momento de consumir comida rápida?

- a. Buen sabor
- b. Beneficios para la salud
- c. Precio - Economía
- d. Variedad

9. ¿Cómo conoció el sitio de comida rápida que frecuenta?

- a. Recomendación de un amigo
- b. Publicidad – directorio telefonico
- c. Visita ocasional
- d. Ubicación
- e. Otros

10. ¿Utiliza el servicio de domicilios para solicitar comida rápida?

Si No

11. ¿Conoce en Piedecuesta un sitio especializado en comida rápida mexicana?

Si cual _____ no

12. ¿Le gustaría que en Piedecuesta existiera un sitio especializado en venta de comidas rápidas mexicanas?

Si No

13. Que tanto le gusta la comida mexicana?

- a. Mucho
- b. Regular
- c. Nada Por que _____
- d. No ha probado comida mexicana

14. ¿Si existiera en Piedecuesta un establecimiento especializado en venta de comidas rápidas mexicanas con qué frecuencia asistiría?

- a. Semanal
- b. Quincenal
- c. Mensual
- d. No asistiría



UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
TECNOLOGIA EMPRESARIAL

Censo dirigido a los oferentes de comidas rápidas del municipio de Piedecuesta
El objetivo de este censo es realizar una investigación de mercado que permita recopilar información relacionada con el comportamiento, aceptación y gusto que tiene los habitantes de los estratos 2,3,4,5 y 6 del municipio de Piedecuesta sobre las comidas rápidas.

Buenos día (tardes / noches) se está realizando un estudio sobre el consumos y preferencias de comidas rápidas en el municipio de Piedecuesta. ¿Sería tan amable de contestarme unas preguntas?

1. ¿Hace cuánto tiempo funciona este establecimiento de comidas rápidas?

- a. De 1 a 2 años
- b. De 3 a 4 años
- c. De 5 a 6 años
- d. Más de 7 años

2. ¿Qué tipo de comida rápida ofrecen?

- a. Perros y hamburguesas
- b. Pizzas y panzeroti
- c. Pollo (asado – broaster)
- d. empañadas - arepas
- e. tacos – crepes

3. ¿Aproximadamente cuántos productos venden diariamente?

- a. Perros y hamburguesas

- b. Pizzas y panzeroti
- c. Pollo (asado – broaster)
- d. empañadas - arepas
- e. tacos – crepes

4. ¿En qué precios oscilan los productos que venden?

	\$3 - \$4	\$5 - \$6	\$7 - \$8	MAS de \$9
PERROS Y HAMBURGUESAS				
PIZZAS Y PANZEROTI				
POLLO (ASADO – BROASTER)				
EMPAÑADAS - AREPAS				
TACOS – CREPES				

5. ¿Cuáles son sus proveedores actuales?

- a. Plaza de mercado
- b. Almacenes de cadena
- c. Supermercados

6. ¿Quién es la persona encargada de hacer las compras?

- a. Propietario
- b. Administrador
- c. Mensajero
- d. Auxiliares

7. ¿Cuáles son los canales de publicidad utilizados?

- a. Volantes
- b. Periódico
- c. Radio
- d. Televisión