ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDAS TIPICAS EN LA CIUDAD DE POPAYÁN

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

KAREN ELIANA PATIÑO SANDOVAL

JUAN ANDRÉS QUIJANO ANACONA

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

POPAYÁN

2019

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDAS TIPICAS EN LA CIUDAD DE POPAYÁN

KAREN ELIANA PATIÑO SANDOVAL

JUAN ANDRÉS QUIJANO ANACONA

TUTOR

Msc. ISABEL CRISTINA FERNÁNDEZ PERAFÁN

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

POPAYÁN

2019

Nota de Aceptación

El Tutor y los Jurados del trabajo de grado: "**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDAS TIPICAS EN LA CIUDAD DE POPAYÁN**", realizado por: KAREN ELIANA PATIÑO SANDOVAL, JUAN ANDRÉS QUIJANO, una vez revisado el informe final y aprobado la sustentación del mismo, autorizan para que se realicen los trámites concernientes para optar el título profesional de Administrador de Empresas.

_____

Firma del Tutor

_____

Firma del jurado

_____

Firma del jurado

Popayán, Junio 14 del 2019

Dedicatoria

Este proyecto de grado va dedicado a Dios y a nuestras familias las cuales son la motivación principal para salir adelante cada día y cumplir cada uno de nuestros sueños, metas y proyectos.

A nuestros profesores por brindarnos cada uno de sus conocimientos, además de su paciencia y constancia para alcanzar lo que hoy en día hemos logrado. A nuestros compañeros por el apoyo y compresión en todo este proceso

Karen Eliana Patiño Sandoval

Juan Andrés Quijano Anacona

.

Agradecimientos

Los autores expresan sus agradecimientos a:

Agradecemos primeramente a Dios por darnos la vida, permitiéndonos culminar esta nueva etapa académica siendo el pilar fundamental para cumplir nuestros sueños y seguir adelante con todo nuestro proyecto de vida.

A nuestras familias agradecemos el apoyo incondicional, comprensión y acompañamiento en todo el transcurso del inicio de esta carrera, por la motivación que nos brindaron a pesar de las adversidades y su persistencia para formar personas con muchos más conocimientos que contribuyan en la sociedad.

Así mismo, es importante reconocer y agradecer el apoyo brindado por parte de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, el cual fue indispensable para el desarrollo de habilidades, destrezas y conocimientos en todo el proceso académico, además de formarnos humanamente, proporcionándonos herramientas para iniciar nuestro futuro laboral logrando alcanzar una excelente calidad de vida. De igual manera agradecemos a nuestra tutora, Msc. Isabel Cristina Fernández Perafán, por compartir sus conocimientos y tiempo para el desarrollo de este proyecto.

Karen Eliana Patiño Sandoval

Juan Andrés Quijano Anacona

Contenido

Pág.

Resumen 11
Abstract 13
Introducción 15
1. Definición del Problema. 17
1.1 Planteamiento del Problema. 17
1.2 Formulación Del Problema. 19
2. Objetivos 20
2.1 Objetivo General. 20
2.2 Objetivos Específicos. 20
3. Justificación 21
4. Antecedentes 23
4.1 A Nivel Internacional 23
4.2 A Nivel Nacional 23
5. Marco de Referencia 26
5.1 Marco Teórico. 26
5.1 Marco Legal. 31
6. Metodología 34
6.1 Tipo De Estudio 35
6.2 Método De Investigación. 36
6.3 Fuentes y Técnicas para la Recolección de la Información 36
6.3.1 Fuentes Primarias. 36
6.3.2 Fuentes secundarias. 36
6.4 Población y Muestra 37
6.4.1 Población Objetivo 37
6.4.2 Tipo de Muestreo 37
6.5 Tratamiento de la Información 40
7. Estudio de Factibilidad para la Creación de un Restaurante de 41
7.1 Estudio de Mercado 41
7.1.1 Análisis Del Sector 41
7.1.2 Características de la Región 43
7.1.3 Mercado Objetivo 44
7.1.4 Análisis de la Competencia 45
7.1.5 Oferta 48
7.1.6 Demanda 52
7.1.7 Información obtenida con las encuestas 52
7.1.8 Mezcla del mercado 70
7.1.8.1 Producto. 70
7.1.8.2 Precio. 72

7.1.8.3 Canales de comercialización. ... 73
7.1.8.4 Promoción. ... 74
8. Estudio Técnico ... 77
8.1 Tamaño del Proyecto ... 77
8.2 Localización ... 79
8.2.1 Macro localización ... 79
Municipio de Popayán ... 80
8.2.1.1 Descripción socio económica del municipio. ... 80
Desempleo ... 81
8.2.2 Micro localización ... 82
8.2.2.1 Características del sector ... 84
9. Ingeniería ... 86
9.1 Descripción y valoración de materia prima e insumos (costeo): ... 86
9.2 Descripción de la distribución en planta ... 93
9.3 Descripción y valoración de elementos de seguridad industrial y salud ocupacional ... 95
10. Aspectos Legales Organizacionales ... 99
10.1 Aspectos Legales ... 99
10.1.1 Tipo de sociedad ... 99
10.1.2 Personal y Forma de Contratación ... 105
11. Aspectos Organizacionales ... 106
11.1 Misión ... 106
11.2 Visión ... 106
11.4 Valores ... 107
12. Estudio Financiero ... 116
12.1 Estudio Financiero ... 117
12.2 Ingresos, Costos y Gastos ... 118
12.2.1 Gastos de Administración. ... 118
12.2.3 Gastos de Ventas ... 120
12.3 Inversión del Proyecto ... 120
12.4 Evaluación financiera del proyecto (VPN, TIR, B/C) ... 123
12.5 Depreciación y Amortización ... 126
12.5 Estados Financieros ... 127
12.6 Impacto Social y Ambiental ... 131
13. Conclusiones ... 133
14. Recomendaciones ... 135
Bibliografía ... 136
13. Glosario ... 139
14. ANEXOS ... 142

Lista De Tablas

Pág.

Tabla 1. Datos muestra 38
Tabla 2. Identificación de los competidores actuales del sector histórico de la ciudad. 45
Tabla 3. Matriz de factores claves de éxito- perfil competitivo 46
Tabla 4. Edad de las personas encuestadas 53
Tabla 5. Edad de las personas encuestadas 54
Tabla 6. Estrato de las personas encuestadas 55
Tabla 7. Encuesta 1 56
Tabla 8. Encuesta 2 57
Tabla 9. Encuesta 3 58
Tabla 10. Encuesta 4 60
Tabla 11. Encuesta 5 61
Tabla 12. Encuesta 7 64
Tabla 13. Encuesta 8 65
Tabla 14. Encuesta 9 67
Tabla 15. Encuesta 10 68
Tabla 16. Portafolio de productos ofrecidos por el restaurante de comidas típicas 70
Tabla 17. Proyección de Ventas 72
Tabla 18. Costos de publicidad 75
Tabla 19. Tamaño del Proyecto 77
Tabla 20. Descripción y valoración de elementos de suministro de oficina (costeo) 91
Tabla 21. Descripción y valoración de activos fijos (costeo) 92
Tabla 22. Descripción de consumo de servicios públicos (costeo) 92
Tabla 23. Descripción y costos salud ocupacional y seguridad industrial 98
Tabla 24. Gastos de Constitución 104
Tabla 25. Matriz Dofa 109
Tabla 26. Administrador 113
Tabla 27. Chef 113
Tabla 28. Auxiliar de cocina 114
Tabla 29. Meseros 114
Tabla 30. Cajero 115
Tabla 31. Base de datos estudio financiero 117
Tabla 32. Gastos de Administración 118
Tabla 33. Gastos de nómina 119
Tabla 34. Total de nómina 119
Tabla 35. Gastos de ventas. 120
Tabla 36. Tabla Inversión del proyecto. 121
Tabla 37. Evaluación financiera del proyecto 123
Tabla 38. Depreciación acumulada, Equipo de oficina 127
Tabla 39. Amortización Gastos pre operativos 127
Tabla 40. Estado de resultados. 128
Tabla 41. Estado de flujo de efectivo. 128
Tabla 42. Estado de situación financiera. 128
Tabla 43 Ingresos 129

Lista De Graficas

Pág

Grafico 1. Calculo de la muestra - población a encuestar 39
Grafico 2. Población discriminada por sexo y edades del 2005 al 2019..... 39
Grafico 3. Población por extractos de Popayán..... 40
Grafico 4. Población objeto de estudio (N)..... 40
Grafico 5. Cifras del gremio de restaurantes 42
Grafico 6. Ubicación del municipio y la ciudad de Popayán en el departamento del Cauca.. 44
Grafico 7. Edad de las personas encuestadas 53
Grafico 8. Genero de las personas encuestadas 54
Grafico 9. Genero de las personas encuestadas 55
Grafico 10. Encuesta 1 56
Grafico 11. Encuesta 2 57
Grafico 12. Encuesta 3 59
Grafico 13. Encuesta 4 60
Grafico 14. Encuesta 5 62
Grafico 15. Encuesta 6 63
Grafico 16. Encuesta 7 64
Grafico 17. Encuesta 8 66
Grafico 18. Encuesta 9 67
Grafico 19. Encuesta 10 69
Grafico 20. Descripción del proceso productivo 85
Grafico 21. Organigrama de la Empresa 112

Lista De Figuras

Pág.

Ilustración 1. Mora Castilla 48
Ilustración 2. Cafetería la fresa 49
Ilustración 3. Empanadas las Patojitas 49
Ilustración 4. Cocina Tradicional de Pipián 50
Ilustración 5. Caucana de dulces Típicos 50
Ilustración 6. Helados Purace 51
Ilustración 7. La tienda de Carmelita 51
Ilustración 8. Logo Tradición de Faby 72
Ilustración 9. Canal de distribución directa 74
Ilustración 10. Fan Pague de Tradición de Faby 76
Ilustración 11. Grafico No. Tarjeta de presentación Tradición de Faby 76
Ilustración 12. Imagen Mapa municipio de Popayán 80
Ilustración 13. Ubicación del Restaurante 84
Ilustración 14. Ubicación del Restaurante 84
Ilustración 15. Tamal de pipián 86
Ilustración 16. Champús 87
Ilustración 17. Salpicón payanés 88
Ilustración 18. Envuelto de choclo 88
Ilustración 19. Aloha 89
Ilustración 20. Empanadas de Pipián 89
Ilustración 21. Costilla de cerdo 90
Ilustración 22. Menú del día 90
Ilustración 23. Carantanta natural 91
Ilustración 27. Descripción de la distribución en planta 94

Resumen

TITULO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDAS TIPICAS EN LA CIUDAD DE POPAYÁN[1]

El estudio del presente trabajo se va a enfocar en la factibilidad de la creación y desarrollo del restaurante de comidas típicas "Tradición de Faby", ubicado en el centro de Popayán, debido a que es un sector histórico, cultural, comercial, universitario y turístico de la ciudad. Además, Popayán cuenta con reconocimientos en el ámbito nacional, por realizar cada año el congreso nacional gastronómico y las procesiones de la semana santa, e internacional, por haber sido declarada en el año 2007, como ciudad Unesco de la gastronomía; lo anterior justifica el incremento del flujo de personas, familias de la región, turistas nacionales-extranjeros, entre otros, que visitan y recorren su arquitectura colonial, buscando deleitarse con la gastronomía típica que ofrece la ciudad.

El presente estudio de factibilidad permitirá establecer la viabilidad del proyecto teniendo en cuenta el estudio de mercado, con el cual se determinan las estrategias de mercadeo y marketing, el estudio técnico el cual permite identificar las necesidades de localización de espacio y tiempo, la estructura administrativa y legal en la que se establecen entre otras cosas, las funciones básicas como son la planeación, organización, la dirección y el control, y el estudio financiero, herramienta con la cual se hace la evaluación del proyecto

---

*[1] Practica Empresarial

en todas sus fases para su viabilidad; mediante los análisis y resultados que arrojan los diferentes estudios, se podrá determinar la mejor decisión que deberá tomar el inversionista, para determinar si procede del estudio al desarrollo o su implementación.

Palabras Claves: Estudio de Factibilidad, Mercado, Técnico, Administrativo y legal, Creación y Desarrollo, Proyecto, Viabilidad.

Autores:

Juan Andrés Quijano

Karen Eliana Patiño

Abstract

TITLE: STUDY OF FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A RESTAURANT OF TYPICAL FOOD IN THE CITY OF POPAYAN

The study of this work will focus on the feasibility of the creation and development of the restaurant of typical foods "Tradition of Faby", located in the center of Popayán, because it is a historical, cultural, commercial, university and tourist sector from the city. In addition, Popayán has national recognition, to make each year the national gastronomic congress and the processions of Holy Week, and international, for having been declared in 2007, as a Unesco city of gastronomy; this justifies the increase in the flow of people, families in the region, national-foreign tourists, among others, who visit and visit its colonial architecture, seeking to delight in the typical cuisine offered by the city.

The present feasibility study will allow to establish the viability of the project taking into account the market study, with which the marketing and marketing strategies are determined, the technical study which allows identifying the space and time location needs, the administrative structure and legal in which are established among other things, the basic functions such as planning, organization, management and control, and financial study, a tool with which the evaluation of the project is done in all its phases for its viability; Through the analysis and results that the different studies show, it will be possible to determine the best decision that the investor should take, to determine if it comes from the study to the development or its implementation.

Key Words: Feasibility Study, Market, Technical, Administrative and Legal, Creation and Development, Project, Viability.

Introducción

La industria de restaurantes es un reflejo directo de los cambios de la sociedad en la cual operan. La sociedad ha cambiado a un orden social más avanzado y más complicado que implica un movimiento que se aleja de los alimentos producidos en masa para dar paso a alimentos producidos para las masas porque las exigencias de los usuarios han cambiado. (Alzate, 2002).

En la actualidad los consumidores están siempre en la búsqueda de nuevos conceptos, nuevas experiencias de vida que activen sus sentidos y en general todas aquellas propuestas que satisfagan y sobrepasen sus necesidades y expectativas.

En el mundo actual las personas buscan más aquello que les place y les produce goce, como viajar y/o deleitarse con la buena comida local, nacional e internacional.

En el desarrollo de este estudio de factibilidad se describirá cada uno de los aspectos relevantes que llevan a una persona o grupo de personas a visitar un restaurante de comidas típicas, enmarcado dentro del concepto de comidas tradicionales de la ciudad de Popayán, motivados por la oferta de opciones diferentes, creativas, innovadoras y ante todo interactivas que resaltan los sabores gastronómicos de la región y el departamento, el cual se ajusta perfectamente para fechas especiales o simplemente un espacio para socializar y hacer negocios, mientras disfrutan una opción gastronómica diferente, convirtiendo algo cotidiano en una ocasión para el goce individual y grupal.

El éxito de toda idea o proyecto de negocio, en este caso para la creación de un restaurante de comidas típicas, obligatoriamente necesita de emprendimiento empresarial y una buena capacidad organizacional, que en este estudio se enfoca en los 4 estudios que le permiten visualizar el uso eficiente de los recursos, la correcta producción de los productos típicos de la región valorados por el cliente, entre otros. Es por esta razón que aquí se define la estructura detallada en producción y venta, además de mostrar la viabilidad del montaje del restaurante de comidas típicas Tradición de Faby y su permanencia en el tiempo, gracias a un adecuado manejo gerencial de la empresa.

1. Definición del Problema.

1.1 Planteamiento del Problema.

Los estudios de factibilidad para la creación de empresa son considerados un elemento clave en el mundo empresarial, en la medida que proporciona información sobre la posibilidad y conveniencia de realizar la creación de empresa, para de esta manera determinar cuál será la mejor forma de hacerlo, por otra parte, nos ayudara a realizar el análisis previo de las estrategias que se deberán desarrollar para que esta idea alcance el éxito deseado. (GRUPO DE INVESTIGACION Y EVALUCION DE PROGRAMAS Y PROYECTOS , 2001).

No obstante, vale recordar que un estudio de factibilidad comprende diferentes aspectos a analizar como el mercado, el marco técnico, político- legal, ambiental y financiero, para que asimismo el empresario logre comprender de manera integral el funcionamiento y rentabilidad de cualquier tipo de negocio.

En vista de que el estudio de factibilidad, es de gran importancia para el funcionamiento inicial de la creación de empresa, es conveniente establecer para la idea de negocio el cual se pretende proyectar en la ciudad de Popayán, la factibilidad de un restaurante de comidas típicas, aprovechando el reconocimiento que posee la ciudad en el ámbito gastronómico y cultural.

Por consecuente al ser Popayán, unos de los referentes gastronómicos del país y representar un legado cultural del suroccidente colombiano, se establece que hay un entorno favorable para el desarrollo de una iniciativa de negocio, enfocada en la creación de un restaurante de comidas típicas payanesas que rescate, mantenga y resalte las preparaciones únicas que la han hecho merecedora de importantes reconocimientos. Pues todo esto, la ha convertido en un importante destino turístico que atrae visitantes que desean vivir experiencias gastronómicas auténticas, deliciosas y exóticas, en donde se puede rescatar la historia, las tradiciones y saberes de una cultura.

Todos estos factores se convierten en una gran oportunidad para desarrollar esta idea de negocio, debido a que la región cuenta con preparaciones únicas que a su vez se han convertido en productos simbólicos de la gastronomía local, regional, nacional e internacional, conquistando el paladar y admiración de propios y extraños.

Es por esta razón se busca definir la aceptación y favorabilidad de la idea de negocio en el mercado payanes, mediante el estudio de factibilidad, con el objetivo de establecer el éxito del mismo de acuerdo a los factores internos y externos, ventajas y desventajas al momento de poner en marcha esta empresa.

Con lo anteriormente expuesto, vemos pertinente la formulación de la siguiente pregunta.

1.2 Formulación Del Problema.

¿SERÁ FACTIBLE LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDAS TIPICAS EN LA CIUDAD DE POPAYÁN?

2. Objetivos

2.1 Objetivo General.

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante dedicado a la comercialización de comidas típicas payanesas en la ciudad de Popayán.

2.2 Objetivos Específicos.

- Desarrollar un estudio de mercado que permita conocer la demanda frente al servicio que espera ofrecer el restaurante de comidas típicas y la aceptación en el mercado.
- Elaborar un estudio técnico para determinar las necesidades físicas, de distribución y tecnológicas del proyecto.
- Realizar un estudio financiero para determinar la viabilidad económica y sostenibilidad del plan de negocio a futuro.
- Determinar la estructura organizacional y legal del restaurante de comidas típicas en la ciudad de Popayán
- Establecer los impactos sociales, económicos y ambientales que el restaurante de comidas típicas payanesas.

3. Justificación

En la actualidad en la ciudad de Popayán, sube el desempleo, la falta de oportunidades y los niveles de pobreza son preocupantes, donde del 10,9% al 11,4% subió la tasa de desempleo en la capital caucana según datos revelados por el DANE, (EL NUEVO LIBERAL, 2019). Es por ello que este plan de negocios toma gran relevancia, brindando socialmente oportunidad de empleo y aún más a una población vulnerada como lo son los jóvenes universitarios recién egresados. Por tal razón se hace necesario realizar un estudio de factibilidad con el objetivo de analizar y evaluar el proyecto en el mercado, medir su posibilidad de éxito o fracaso mediante una inversión y de esta manera determinar su implementación y rentabilidad.

Por otra parte la ciudad blanca, como es reconocida a nivel nacional y mundial, cuenta con grandes posibilidades de impulsar el sector gastronómico debido al gran reconocimiento que Popayán posee, al ser unos de los referentes gastronómicos del país y representar un legado cultural de esta región, el cual fue declarada en el año 2007, como Ciudad Unesco de la Gastronomía en el marco de la Red de Ciudades Creativas, donde se analiza que hay un entorno favorable para el desarrollo de una iniciativa de negocio, enfocada en la creación de un restaurante de comida típica payanes, que rescate, mantenga y resalte las preparaciones únicas que la han hecho merecedora de importantes reconocimientos, siendo un mercado atractivo, acompañado de un buen servicio, excelente ambientación y calidad de los productos; Además de un plan estratégico eficiente que logre posicionamiento, reconocimiento y aplicación de técnicas en todos los procesos administrativos.

Este proyecto a nivel cultural, le apuesta a rescatar los diferentes atributos de la gastronomía como un patrimonio inmaterial de la región, el cual busca agregar valor y crear la oportunidad de llenar las expectativas del cliente, además de impulsar el turismo en donde los visitantes extranjeros que comúnmente se ven en la ciudad blanca puedan tener esta buena experiencia de las tradiciones de la región.

Por ultimo como futuros profesionales y emprendedores en el área administrativa, la realización de este trabajo de grado, brinda la oportunidad de ampliar conocimientos por medio del desarrollo de un plan de negocios enfocado hacia la creación de un restaurante de comidas típicas en la ciudad de Popayán, además de contribuir al desarrollo de la economía regional y ambiental. A través de este proyecto también se busca obtener el título como Administradores de empresas en la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca.

4. Antecedentes

4.1 A Nivel Internacional

A nivel internacional se destaca la investigación realizada por Jaime Escobar Martínez y Fernanda Oyarzún Barrientos (2015) llamada *"Plan de negocios: restaurant de comida española "el mundo Ibérico*", donde se busca no solo ofrecer comida típica de otro país sino convertir la experiencia de ir a este restorán en un viaje hacia la cultura española, haciendo sentir a los chilenos como si estuvieran en el extranjero, logrando comprobar, que la industria de la comida extranjera tiene un alto atractivo, por lo que existe una oportunidad de negocio importante con el cual se puede satisfacer las demandas y necesidades de los potenciales clientes.

4.2 A Nivel Nacional

A nivel nacional podemos retomar la investigación de Viviana Duque y Darío Gómez (2008) denominada *"Plan de negocios para la creación de un restaurante de comida fusión latina-italiana"* la cual se establece como una propuesta innovadora y atractiva, que busca diferenciarse de los demás restaurantes de la ciudad de Bogotá gracias a aspectos como la calidad del servicio, la perfecta relación entre calidad y precio, el valor agregado que se ofrecerá al público, su ubicación y la originalidad de sus platos.

Asumiendo una visón nacional también se retoma la investigación realizada por Margarita Ximena Quimbita Velasco (2013), con el trabajo de grado denominado "Plan de negocios para la creación de un restaurante de comida típica en pasto" cuyo objetivo fundamental es constituirse en un líder en el mercado para lo cual se propone elaborar productos innovadores y brindar un servicio con valor agregado, que mantenga una relación estrecha entre la calidad y el precio, presentando como género principal el cuy, en distintas preparaciones y montajes, que permita al cliente disfrutar de un plato especial, sin perder la identidad de nuestros pueblos. Quimbita´s Restaurant quiere establecer un lugar adecuado que genere una experiencia gastronómica y que ayude a las nuevas generaciones a apreciar lo tradicional de una forma correcta y creativa.

Por otro lado, Laura Hernández (2013) presenta el trabajo "*La importancia de la gastronomía en la conservación patrimonial del país*", en donde se resaltan las tradiciones gastronómicas de Colombia, combinando la culinaria con la tradición, memoria y creatividad, encerrando un sinnúmero de legados, historias, vivencias y prácticas alrededor de los alimentos que hacen parte de las tradiciones y de la identidad nacional. Es por ello que día a día se han ido creando ideas innovadoras por parte de la gastronomía con el fin de conservar las tradiciones de un País.

4.3 A Nivel Local

De acuerdo a la investigación realizada por Nidia Elizabeth sierra Usaquen denominada "*Plan de negocios restaurante* "zafra", se plantea que la situación del sector de restaurante en Popayán requiere un mayor esfuerzo de parte de profesionales competentes

para mejorar la calidad, a pesar de que en los últimos 5 años se ha presentado una notable evolución en éste aspecto. Empezando porque en el año 2003 fue fundada la Corporación Gastronómica de Popayán, contando con la participación de un país diferente cada año1.

Por último, a nivel local, y conforme a la investigación realizada Camilo Restrepo (2014) denominada "*Popayán, ciudad creativa en gastronomía*", la ciudad es un referente gastronómico de Colombia. Es por ello que su gastronomía representa el legado cultural inmaterial de la región y se ha convertido en un importante atractivo turístico por lo tradicional, espontáneo y auténtico de esta, por lo cual se hace necesario su fortalecimiento.

5. Marco de Referencia

5.1 Marco Teórico.

Un restaurante es un establecimiento comercial en donde se preparan y se comercializan diferentes alimentos y bebidas, las cuales son consumidas en el lugar, en el que se cobra por el servicio prestado. Adicional a esto se ofrece también el servicio para llevar. Según la RAE (2018) define restaurante como "*un establecimiento donde se sirven comidas y bebidas, mediante un precio, para ser consumidas en el mismo lugar*".

Por consiguiente, complementando el concepto de restaurante, es preciso hablar en este caso de comida tradicional, una categoría que ofrece una gran variedad de ofertas, conceptos y precios basando su oferta en la cocina, decoración y tradiciones de una región en específico. Se pueden encontrar restaurantes de tarifas elevadas, medias, y bajas, esto derivado de la materia prima que utilizan y la ardua elaboración que requiere. Con base en esto se debe decidir su ubicación, en pequeñas, intermedias o grandes ciudades a fin de generar la suficiente demanda necesaria para cada caso. (Por ejemplo, los restaurantes de comida tradicional japonesa son conocidos por su diferenciada gastronomía y precios altos). Del mismo modo, se debe tener claro que un restaurante típico debe estar destinado a ofrecer a sus clientes una gran variedad de platos que son reconocidos y gozan de buena reputación en cada lugar que se encuentren, con el fin de que no se pierda su esencia.

Por otra parte, para la creación de empresa, en este caso de un restaurante de comida tradicional, es necesario realizar un Plan de negocio, el cual es un documento que contiene información necesaria para llevar a cabo la evaluación de un proyecto, con el fin de buscar financiamiento, socios o inversores. En él se explica cómo se van a realizar las actividades del negocio, se hace un análisis de los resultados que se esperan en el momento que se implemente el plan, se definen claramente todas las variables y recursos para cada una de ellas con el fin de poderlas llevar a cabo. Es por ello que el modelo de plan de negocios a utilizar debe dar respuestas adecuadas, a las siguientes preguntas:

- ¿Qué es y en qué consiste la empresa?
- ¿Quiénes dirigirán la empresa?
- ¿Cuáles son las causas y las razones para creer en el éxito empresarial?
- ¿Cuáles son los mecanismos y las estrategias que se van a utilizar para lograr las metas previstas?
- ¿Qué recursos se requieren para llevar a cabo la empresa y qué estrategias se va a usar para conseguirlos?

Por ese motivo algunos expertos como Cooper Brian, Floody Brian & McNeill Gina (2002), señalan que un adecuado plan de negocios debe contener al menos los siguientes elementos estructurales:

- Contenido del plan.
- Objetivo.
- Desarrollo del plan.
- Perfil de Clientes

- Equipo de trabajo.
- Estructura de financiamiento del negocio
- El tipo de restaurante
- Local de funcionamiento
- Total de mesas y asientos
- Número de empleados
- Tipo de comidas que se ofrecen
- Propiedad (franquicia, cadena, administrado por el mismo dueño)
- Promociones y eventos

Simultáneamente a lo anterior, se debe realizar un estudio detallado en donde se analicen los siguientes aspectos: análisis del área en cuestión, perfil demográfico, perfil económico, análisis de la competencia, perfil industrial y turístico, estrategia de marketing, también es de vital importancia el plan comercial, y un plan operacional.

No obstante, también cabe mencionar que una investigación de mercados según, Philp kotler es la "Función que liga al consumidor, al cliente y al público con el comercializador, por medio de información. Información usada para identificar y definir las oportunidades y los problemas, afinar evaluar y vigilar la mercadotecnia”

Por otra parte, McCarthy planteó el nombrado Marketing Mix (Mezcla de Mercadeo). Planteó que “en el área profesional estas variables podrían ser sustituidas por servicio para Producto, honorarios para Precio, localización para Posición y comunicación para promoción.

Según McCarthy el marketing involucra que una empresa dirige todas sus actividades hasta llegar a satisfacer a sus clientes y por esto obtiene un beneficio.

Otra de las herramientas fundamentales para el desarrollo de la factibilidad es mediante la DOFA que consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa en donde según Thompson (1998) "establece que el análisis FODA estima el hecho que una estrategia tiene que lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación de carácter externo; es decir, las oportunidades y amenazas".

Uno de los conceptos básicos para emprender en la creación de una empresa, es tener claro el proceso administrativo, dado por algunos autores:

Según Koontz, la planeación implica seleccionar misiones y objetivos, y requiere tomar decisiones para elegir los cursos de acción futuros que la empresa debe seguir, estableciendo que la planeación y el control están fuertemente ligados, ya que como el afirma "todo intento de control sin planes carece de sentido" (Koontz & Weihrich, 2004, pág. 123).

Para Porter, la esencia de la planeación está basada en las estrategias genéricas para alcanzar ventajas competitivas, donde se crean las acciones que se aplicarán a las diferentes áreas funcionales de la empresa, ya que como el manifiesta "una estrategia de unidad de negocios es el medio de conseguir la ventaja competitiva que regirá su desempeño". (Porter, Ventaja Competitiva, 2009, pág. 25).

Para Koontz & O'donnell organizar es "un proceso mediante el cual el administrador transforma un caos en orden, evita conflictos entre las personas sobre asuntos de trabajo o de responsabilidad y establece un ambiente adecuado para el trabajo de equipo". (Koontz & O'donnell, 1976, pág. 308). Según Porter, la organización es un área del análisis de las fuerzas y debilidades, con el fin de esquematizar aspectos generales enfocados a la competitividad de las organizaciones. (Porter, 1980).

Para Koontz & Weihrich (2004) la dirección consiste en influir en las personas, para que estas de acuerdo a su cargo y tareas a desarrollar en la empresa puedan contribuir al cumplimiento de las metas tanto de la organización como de los pequeños grupos que se consonlidan dentro de estas, permitiendo que el factor humano sea elemental en esta función, porque considera al personal no solo como el trabajador, sino como el consumidor, el cual es un individuo de vital importancia en el mercado.

Para Koontz, el control es definido como "la medición y corrección del desempeño a fin de garantizar que se han cumplido los objetivos de la empresa y los planes ideados para alcanzarlos" (Koontz & Weihrich, 2004, pág. 640). Según Newman el control es vigilar si las funciones anteriores han sido cumplidas con éxito, es decir, es la seguridad total de la finalización del proceso administrativo, ya que como manifiesta "es asegurarse de que la ejecución concuerde con el plan". (Newman, 1974, pág. 539). Es importante destacar que una vez finalizado el proceso administrativo.

5.1 Marco Legal.

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA

LEY 1014 DE 2006 (enero 26) De fomento a la cultura del emprendimiento. Por la cual se dictan normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia. El Ministerio del Comercio, Industria y Turismo, cuenta con el Viceministerio de Desarrollo Empresarial, el cual tiene la misión de consolidar una cultura del emprendimiento en el país y crear redes de institucionales en torno a esta prioridad del Gobierno Nacional.

LA LEY 905 DE 2004, Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones

El DECRETO 4466 DE 2006, por el cual se reglamenta el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, sobre constitución de nuevas empresas.

Por otra parte los requisitos para crear un establecimiento gastronómico en Colombia para evitar sanciones de acuerdo a lo planteado por la Cámara y Comercio, son los siguientes:

Matricula mercantil

La solicitud se debe hacer en la Cámara de Comercio, según corresponda su ubicación, diligenciar el Registro Único Empresarial – RUES

Certificado de Sayco y Acinpro

Si el establecimiento hace uso de música o de alguna obra protegida por derechos de autor, se deben pagar los derechos correspondientes a la organización Sayco y Acinpro (OSA).

Concepto Sanitario

Todo establecimiento debe cumplir con las condiciones sanitarias que se describen en la ley 9 de 1979, este es emitido por la autoridad sanitaria pertinente una vez radicada y realizada la auditoria de inspección de vigilancia y control del establecimiento.

Otras normas:

Se debe cumplir con las normas que se expidan en el lugar donde se establezca el establecimiento comercial, referente al uso de suelo, intensidad auditiva y registro de publicidad exterior visual.

Inscripción en el RUT

Se debe estar inscriptos en el RUT, y si pertenece al régimen simplificado, deben indicar su RUT, en un lugar visible al establecimiento, una vez se tenga la certificación de apertura de la cuenta y el Certificado de Existencia y Representación Legal, se debe dirigir a la DIAN y solicitar el RUT definitivo.

Inscripción al RIT

Todo establecimiento de comercio debe quedar inscripto en el Registro de Información Tributaria, a través del formulario RIT, este documento también permite realizar la actualización o clausura de dichos establecimientos.

Certificado de Manipulación de Alimentos

Este es de carácter obligatorio, para todos los empleados que manipulen alimentos, este se debe renovar anualmente.

6. Metodología

(Cid, Méndez, & Sandoval, 2011) habla de “los distintos caminos de la ciencia para acercarse a la realidad, a los objetos y fenómenos de interés. Así como se puede ver un gusano a simple vista, con lupa, con lentes de acercamiento o tomando una parte de sus órganos o tejidos y observándolos a través de un microscopio, así los fenómenos de la economía, la sociedad, la conducta y la empresa se pueden ver desde distintas perspectivas. Se dice entonces que están disponibles diversas perspectivas metodológicas, distintas formas de ver y acercarse a los fenómenos. En realidad se dispone de distintos procesos lógicos utilizados para realizar trabajos de investigación. Por procesos lógicos se entiende la forma en que se utiliza la razón para relacionar datos. Por ejemplo, se puede actuar yendo de lo general a lo particular, o al revés; se puede proceder haciendo una enumeración detallada de los componentes de algo, o bien, mediante un resumen.”

En tal caso, para todo tipo de investigación existe un proceso y objetivos puntuales. Todo buen trabajo de investigación debe tener en cuenta algunos elementos básicos en la enunciación de un proyecto, fundamentados en interrogantes como: ¿qué se va a realizar?, ¿con qué?, ¿Cómo se va a realizar?, ¿Cuánto cuesta?, ¿Cuánto dura? entre otras, Reflejadas en pasos posteriores de justificación, además teniendo en cuenta la perspectiva social y económica, los objetivos, el presupuesto, recursos de la misma y la metodología a seguir, entendiendo la metodología “como el elemento que enlaza el sujeto con el objeto de la investigación y que por consiguiente sin ella es inadmisible llegar a la lógica que trasfiere al conocimiento científico.” (Matias Riquelme, 2018)

6.1 Tipo De Estudio

"Estudios descriptivos sirven para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes. Permiten detallar el fenómeno estudiado básicamente a través de la medición de uno o más de sus atributos. Identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación.

De acuerdo con los objetivos planteados, el investigador señala el tipo de descripción que se propone realizar. Acude a técnicas específicas en la recolección de información, como la observación, las entrevistas y los cuestionarios. La mayoría de las veces se utiliza el muestreo para la recolección de información, la cual es sometida a un proceso de codificación, tabulación y análisis estadístico." (Isabel Vásquez Hidalgo, 2005)

Para efecto del presente trabajo, se recurrió a la Investigación Aplicada como práctica, ya que ésta es entendida como experiencias de investigación con propósito de resolver o mejorar una situación específica o en particular para comprobar un método o un modelo, Boggino y Rosekrans (2004) y Cívicos y Hernández (2007), mencionan la investigación en acción y la investigación participativa. Adicionalmente, es de carácter descriptivo, dado que está centrado en analizar la oferta actual de productos típicos en la zona, identificando gustos, preferencias, características culturales presentes y hábitos, que le den solidez al estudio de factibilidad para la creación del restaurante.

6.2 Método De Investigación.

La investigación se apoyó en herramientas como la encuesta, el método observacional y otros estudios semejantes relacionados a indagar las preferencias y hábitos de los consumidores respecto a comidas se refiera, lo anterior permitió describir y diferenciar el ambiente interno y externo de la empresa analizando la relación e interacción de variables, con lo cual se pudo conocer la realidad económica y financiera de la empresa objeto de estudio y su capacidad para desarrollar estrategias competitivas que le permitieron visualizar la rentabilidad potencial derivada del desarrollo de su objeto social.

6.3 Fuentes y Técnicas para la Recolección de la Información

6.3.1 Fuentes Primarias.

De acuerdo al método de investigación, se empleó como fuente primaria la encuesta para una población basada en una muestra previa, en la ciudad de Popayán, logrando obtener información indispensable para la realización de este trabajo, compuestos por personas residentes en la ciudad.

6.3.2 Fuentes secundarias.

La investigación empleó como fuentes secundarias: libros, tesis de grado, revistas, artículos en bases de datos tales como Dialnet, Redalyc y Scielo, Gobernación del Cauca, oficina de turismo, boletín de estadística Dane e información indispensable de la Cámara de Comercio del Cauca y oficina de planeación del municipio de Popayán.

6.4 Población y Muestra

6.4.1 Población Objetivo

El municipio de Popayán cuenta con 286.953, habitantes según información del DANE, de los cuales se tomará como objeto de estudio el 45.6%, perteneciente a los extractos 3, 4 y 5 de La ciudad. Esta población estará conformada por personas que busquen probar distintas sensaciones y nuevos platos típicos de la ciudad, con un poder adquisitivo medio, entre un rango de edades de los 20 a 59 años (169.123 Hab.) siendo este el mercado potencial que se pretende conquistar.

6.4.2 Tipo de Muestreo

El método utilizado para la muestra será el método Aleatorio estratificado, el cual se caracteriza por otorgar la misma probabilidad de ser elegidos a todos los elementos de la población objeto de estudio. Para lograr el cálculo de la muestra, es necesario conocer el tamaño de la población, que sea finita, de error admisible y de estimación de la varianza.

Para la recolección de datos de la encuesta, se utilizará la siguiente formula de población finita:

$$\frac{Z^2*P*Q*N}{E^2*(N-1)+Z^2*P*Q}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

σ Desviación estándar que por lo general es del 0,5 como valor constante.

Z: Valor obtenido mediante los niveles de confianza. Es un valor constante, que si no se tiene su valor, es del 95% de confianza que equivale a 1,96 como más usual.

e: Limite aceptable de error muestra que, generalmente cuando no se tiene su valor, se utiliza un valor que varía entre 1% y 9%, en este caso se hará del 5%.

P: Probabilidad de éxito

Q: Probabilidad de fracaso

Tabla 1. Datos muestra

Variable	**Datos**
N	77.204
σ	0,5
Z	1,96
e	5%
P	50%
Q	50%
n : tamaño de muestra	**382**

El total número de encuestas es de 382, el cual se aplicará a población objeto de estudio de la ciudad de Popayán.

Grafico 1. Calculo de la muestra - población a encuestar

SIMULADOR PARA CALCULAR LA MUESTRA

Intervalo de confianza %	Multiplicador Z a/2
99%	**2,58**
95%	**1,96**
90%	**1,65**
85%	**1,44**
80%	**1,28**

CALCULO DE LA MUESTRA

n:	Tamaño de la muestra.	
Z	Nivel de Confianza.	1,96
N	Tamaño de la Población.	**77.204**
P	Probabilidad de éxito/positiva.	50%
Q	Probabilidad de fracaso/negativa	50%
E	Margen de error.	5%

n= $\frac{Z^2*P*Q*N}{E^2*(N-1)+Z^2*P*Q}$

n= $\frac{3{,}8416 * 0{,}5 * 50\% * 77204}{0{,}25\% \quad 77203 \quad 3{,}8416 \quad 50\% \quad 50\%}$

n= $\frac{74.147}{193{,}9679}$

n= **382** Tamaño de la Muestra

Fuente: DANE

Grafico 2. Población discriminada por sexo y edades del 2005 al 2019

	2019		
DEPARTAMENTO DE CAUCA (1) (			
Popayán	**TOTAL**	**HOMBRES**	**MUJERES**
20-24	23.573	11.856	11.717
25-29	23.843	12.104	11.739
30-34	24.059	11.907	12.152
35-39	24.551	12.403	12.148
40-44	20.811	10.345	10.466
45-49	17.798	8.385	9.413
50-54	17.769	8.171	9.598
55-59	16.719	7.475	9.244
TOTAL	**169.123**	82.646	86.477

Grafico 3. Población por extractos de Popayán

ESTRATIFICACION MUNICIPIO DE POPAYAN			
ESTRATOS SOCIECONOMICOS		PORCENTAJE	
Bajo - Bajo	1	19.41%	
Bajo	2	34.46%	SUMA
Medio - Bajo	3	36.14%	36,14
Medio	4	6.02%	6,02
Medio - Alto	5	3.49%	3,49
Fuente: Oficina de Planeación Municipio de Popayán.			45,65

Grafico 4. Población objeto de estudio (N)

TOTAL GRUPO DE EDAD 20 a 59 AÑOS	PORCENTAJE ESTRATO 3,4 Y 5	TOTAL DISCRIMINADO
169.123	45,65%	77.204,65

6.5 Tratamiento de la Información

El tratamiento de la información se recurrió a realizar una encuesta esto implicó realizar un consentimiento informado garantizando el respeto a la divulgación de la información obtenida netamente para fines académicos. Posteriormente, se consolidaron los datos en tablas electrónicas Excel, SPSS con sus respectivos gráficos, e interpretación y análisis de acuerdo a los objetivos, contrastando la información con la observación, para finalmente establecer las conclusiones y recomendaciones que se evidenciaron en el desarrollo del trabajo práctico.

7. Estudio de Factibilidad para la Creación de un Restaurante de Comidas Típicas en la Ciudad de Popayán

7.1 Estudio de Mercado

7.1.1 Análisis Del Sector

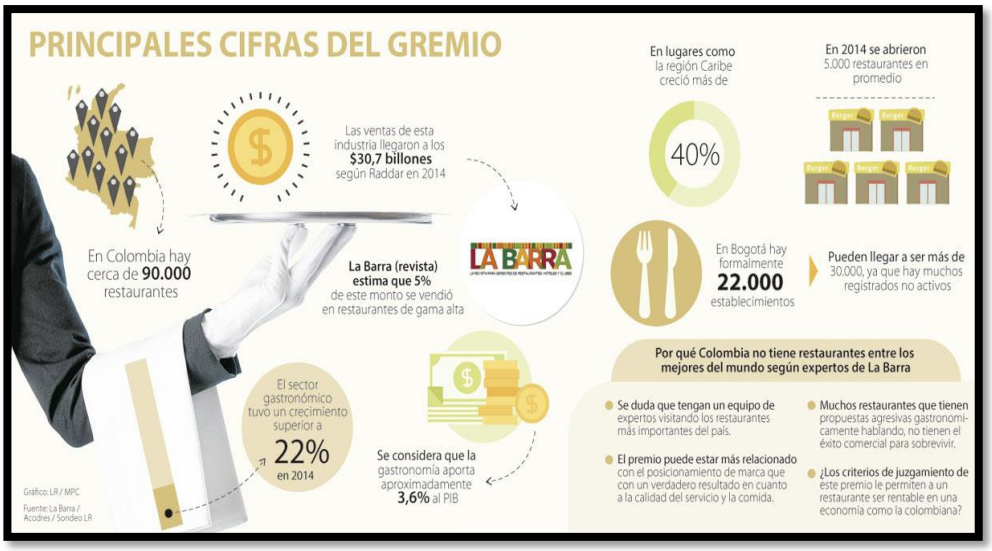
La Gastronomía colombiana en los últimos años, se ha convertido en una estrategia de inversión rentable, debido a su alto grado de innovación, fortaleza cultural y cambios de la sociedad, en donde según dice Luis Carlos cadena en la revista Dinero, el consumo fuera de casa ya no se limita a meriendas o el simple hecho de ir a una panadería, ni visitar restaurantes en fechas especiales, en donde se evidencia que el 42% de las personas se alimenta fuera de su casa, por lo menos una vez a la semana. Esta situación se debe al incremento de la dinámica laboral y la difícil movilidad en las diferentes ciudades. (revista dinero, 2015)

Por otra parte, el sector gastronómico dicho por la presidente de la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica Acodres, Patricia Barreto (2017), este sector mueve acerca de “38 billones de pesos anuales en Colombia y genera más de un millón de empleos en Colombia” lo que genera un gran aporte a impuestos como el del consumo, IVA e ICA. (EL HERALDO, 2017)

Según estudios de la revista especializada La Barra, la “gastronomía ocupa el décimo puesto entre los sectores económicos que aporta al PIB colombiano, por encima de la

educación y las telecomunicaciones, en el 2000 se registraron ventas por $7,9 billones anuales mientras que en el 2011 ascendieron a $19,9 billones". Los que infiere que el sector de comidas en restaurantes en el país ha sido favorable y de crecimiento en los últimos años. Respecto al aporte al PIB, Claudia Barreto González, presidente ejecutiva nacional de Acodres señaló que "se ha mantenido una tendencia de mayor contribución en los últimos años y del total que aporta el sector turismo se considera que la gastronomía aporta aproximadamente 3,6%". (ORTEGON, 2015), además se evidencio que el sector creció en 2015 en un 22% con 90.000 restaurantes en el país.

Grafico 5. Cifras del gremio de restaurantes



Fuente: la barra /Grafico: LR

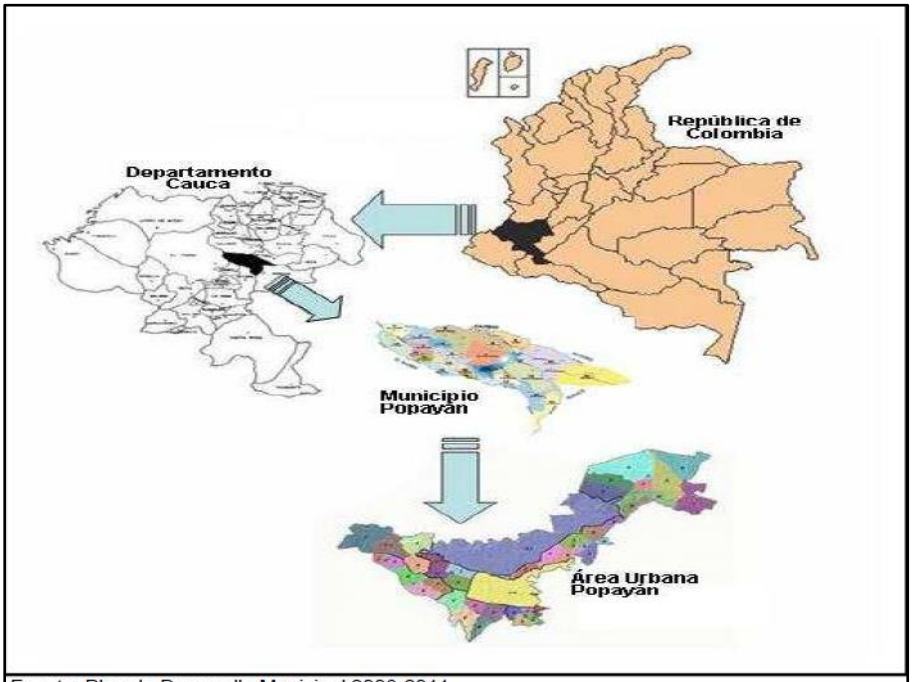
Por otro lado, se tiene la información según datos del DANE "los restaurantes constituyen el tercer gasto en los hogares colombianos después del mercado, el arriendo y la vivienda" (Jimenez, s.f.)

Finalmente, debido a las fortalezas y riquezas que tiene Colombia tanto cultural como gastronómicamente, se convierte en un punto de referencia para muchos visitantes en donde según un artículo de la revista Dinero Procolombia adelanta proyectos estratégicos para promocionar esta riqueza cultural con la que se cuenta, estudios como el de Condé Nast Traveler, según "el cual 48% de los turistas con alto poder adquisitivo planean su viaje centrado en comida y restaurantes. Así mismo, se refiere a datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), que evidencian que la gastronomía genera un impacto cercano a 30% de los ingresos económicos de un destino". Por esta razón Procolombia estableció nichos de promoción gastronómica en países como Estados Unidos, México, Ecuador, Perú, Chile, Argentina, Brasil, España y Alemania, como mercados clave; Canadá, Reino Unido y Francia como mercados en consolidación y Australia, donde además anexan que las regiones colombianas como una oportunidad donde se concentra la mayor oferta gastronómica para el turista internacional son Bolívar, Antioquia, Eje Cafetero, Bogotá, Chocó y Cauca. (REVISTA DINERO, 2018)

7.1.2 Características de la Región

El municipio de Popayán se encuentra ubicado en la región centro oriental del departamento del Cauca, sobre el flanco occidental de la cordillera central, a una altura de 2.527 m.s.n.m.; tiene una temperatura de 10 °C, clima frio y seco. Limita al oriente con los municipios de Totoró, Puracé y el Departamento del Huila; al occidente con los municipios de El Tambo y Timbío; al norte con Cajibío y Totoró y al sur con los municipios de Sotará y Puracé. La mayor extensión de su suelo corresponde a los pisos térmicos templado y frío.

Grafico 6. Ubicación del municipio y la ciudad de Popayán en el departamento del Cauca



Fuente: Plan de Desarrollo Municipal 2008-2011

7.1.3 Mercado Objetivo

Para nuestro segmento de clientes, el mercado objetivo en esencia va dirigido a personas con poder adquisitivo, con o sin hijos, que pertenezcan a los estratos económicos 3, 4 Y 5 correspondiente a la población entre los 20 a 59 años de edad, principalmente del municipio de Popayán y turistas nacionales e internacionales que visitan la ciudad y su sector histórico. Para esta investigación se realizó una encuesta con el objeto de analizar el interés de las personas en visitar lugares de comida típica de la ciudad, estudiar la frecuencia de consumo, cuanto estaría dispuesto a pagar por este tipo de productos, como le gustaría recibir este tipo información, además de identificar lo que el cliente valora y le gustaría que le brindaran a la hora de recibir el servicio. Todos estos aspectos son esenciales a la hora de

analizar la factibilidad de un plan de negocios y de esta manera determinar la disponibilidad de los recursos necesarios para el desarrollo de los objetivos planeados.

7.1.4 Análisis de la Competencia

Mediante la matriz de Perfil competitivo se pretende dar a conocer las principales empresas identificadas como competencia, donde se analizarán algunos factores claves como servicio, portafolio, relaciones con proveedores, fortaleza financiera entre otros. Con el fin de conocer las fortalezas y debilidades para de esta manera generar las mejores estrategias.

Tabla 2. Identificación de los competidores actuales del sector histórico de la ciudad.

NOMBRE	PRODUCTOS Y SERVICIOS	UBICACIÓN
MORA CASTILLA	Restaurante de comidas típicas, dulces, postres y pasabocas en Popayán.	Calle 2 Nº 4-42 Popayán - Cauca
CAFETERIA LA FRESA	Ofrece las diversas preparaciones de comidas típicas y pasabocas de Popayán.	Calle 5 Nº 8-89 Popayán – Cauca
EMPANADAS LAS PATOJITAS	Ofrece las diversas preparaciones de comidas típicas y pasabocas de Popayán.	Calle 6 Nº 9-89 Popayán – Cauca
COCINA TRADICIONAL DE PIPIÁN	Restaurante que ofrece comida típica de gran sazón además de platos con ingredientes propios de la región.	Calle 4 Nº 7-79 Popayán - Cauca
CAUCANA DE DULCES TIPICOS	Ofrece lo típico de Popayán en un solo lugar además de los dulces tradicionales que se elaboran en la ciudad.	Calle 3 Nº 6-70 Popayán – Cauca

HELADOS PURACE	Un lugar tradicional de Popayán, caracterizado por su delicioso salpicón de Baudilla y demás platos típicos. Cl. 5 N^0 9-45
LA TIENDA DE CARMELITA	Oferta de comida tradicional a precios asequibles, Cl. 6ª N^0 15n-28 Popayán - Cauca

Tabla 3. Matriz de factores claves de éxito- perfil competitivo

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO							
		1. MORA CASTILLA		2. CAFETERIA LA FRESA		3. EMPANADAS LAS PATOJITAS	
FACTORES CLAVES DE ÉXITO	PONDERACION	CLASIFICACION	PUNTUACION	CLASIFICACION	PUNTUACION	CLASIFICACION	PUNTUACION
SERVICIO AL CLIENTE	0,25	3	0,75	2	0,5	2	0,5
PRECIO DEL PRODUCTO	0,1	2	0,2	3	0,3	3	0,3
CALIDAD DEL PRODUCTO	0,25	3	0,75	3	0,75	2	0,5
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	0,15	3	0,45	2	0,3	3	0,45
FORTALEZA FINANCIERA	0,05	3	0,15	1	0,05	1	0,05
IMAGEN DE LA EMPRESA	0,1	3	0,3	2	0,2	1	0,1
PUBLICIDAD	0,1	2	0,2	1	0,1	1	0,1
TOTAL	1		2,8		2,2		2

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO							
4. COCINA TRADICIONAL DE PIPIAN		5. CAUCANA TRADICIONAL DE DULCES TIPICOS		6. HELADOS PURACÉ		7. LA TIENDA DE CARMELITA	
CLASIFICACION	PUNTUACION	CLASIFICACION	PUNTUACION	CLASIFICACION	PUNTUACION	CLASIFICACION	PUNTUACION
2	0,5	2	0,5	2	0,5	3	0,75
2	0,2	2	0,2	2	0,2	2	0,2
3	0,75	3	0,75	3	0,75	3	0,75
2	0,3	3	0,45	3	0,45	3	0,45
2	0,1	1	0,05	2	0,1	1	0,05
1	0,1	1	0,1	2	0,2	2	0,2
1	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1
	2,05		2,15		2,3		2,5

Fuente: Elaboración propia.

según el blog de zona económica “La Matriz de Perfil Competitivo es una herramienta de análisis que permite visualizar de forma rápida las fortalezas y debilidades de la empresa el cual cuenta con los siguientes elementos”:

El Peso o ponderación: cada factor crítico de éxito debe tener un peso relativo que oscila entre 0,0 (poca importancia) a 1.0 (alta importancia). El número indica la importancia que tiene el factor en la industria.

Clasificación o el Rating: se refiere a lo bien que lo están haciendo las empresas en cada área. Van desde 4 a 1, en donde cada valor significa:

1- Gran debilidad

2- Debilidad menor

3- Fuerza menor

4- Gran fortaleza.

Puntaje: es el resultado de la multiplicación del peso o ponderación por el rating. Cada empresa recibe una puntuación en cada factor.

Análisis dela Matriz de Perfil competitivo MPC.

Según la autora del artículo "Matriz de Perfil Competitivo" María de los Ángeles Pérez Cepeda, refiere que al Sumar el puntaje ponderado de cada empresa competidora obtenemos el puntaje total de la empresa. La empresa que obtenga el mayor puntaje se considerará el jugador más fuerte en términos competitivos. En este caso la empresa con mayor puntaje es Mora Castilla con un puntaje de 2,8 siendo esta la competencia más fuerte, seguida de La Tienda de Carmelita con 2,5.

Al realizar la matriz del perfil competitivo de las empresas de mayor importancia que ofrecen comidas típicas en la ciudad de Popayán, podemos observar como resultado que la empresa Mora Castilla es la más competitiva en el sector. Para contrarrestar esta situación la empresa debe replantear sus estrategias direccionadas a mejorar sus factores claves para el éxito, entre los más representativos están: la calidad de los productos, servicio al cliente y portafolio de servicios, en los cuales debe enfocarse para así lograr ser la organización más reconocida en el mercado de la ciudad de Popayán.

7.1.5 Oferta

La oferta es una variable de gran importancia ya que nos ayuda a identificar la competencia directa e indirecta para el negocio, además de definir los productos que se ofrecerán en el mercado de forma competitiva. Para ello se hace necesario identificar los lugares que ofrecen comidas típicas en la ciudad de Popayán, analizando ciertas características como el mercado objetivo, precios, productos entre otros.

Para la recolección de la información antes mencionada se hace necesario realizar lo siguiente:

- Encuestas a la población objetivo.
- Visitas y observación a los negocios principales que ofrecen comida típica en la ciudad de Popayán.
- Revisión en internet de estos sitios de comida típica.

Ilustración 1. Mora Castilla

Fuente: Internet

Ilustración 2. Cafetería la fresa

Fuente: Internet

Ilustración 3. Empanadas las Patojitas

Fuente: Internet

Ilustración 4. Cocina Tradicional de Pipián

Fuente: Internet

Ilustración 5. Caucana de dulces Típicos

Fuente: Internet

Ilustración 6. Helados Purace

Fuente: Internet

Ilustración 7. La tienda de Carmelita

Fuente: google map

7.1.6 Demanda

En la demanda se hace necesario definir y caracterizar el segmento de mercado, conocer los rasgos, hábitos y preferencias del consumidor, las tendencias y necesidades del mercado frente a los productos de comida típica de la ciudad de Popayán. La información anterior se recolectará mediante la realización de una encuesta, la observación y visita de estos lugares identificados como competencia directa.

7.1.7 Información obtenida con las encuestas

De acuerdo a los resultados obtenidos en la implementación de la encuesta, podemos asumir algunos factores u elementos que prefieren las personas tales como, gustos, preferencias y comportamiento de compra para analizar la factibilidad de la creación de empresa de un restaurante de comida típica en la ciudad de Popayán. Los resultados fueron los siguientes:

Información adicional: Edad

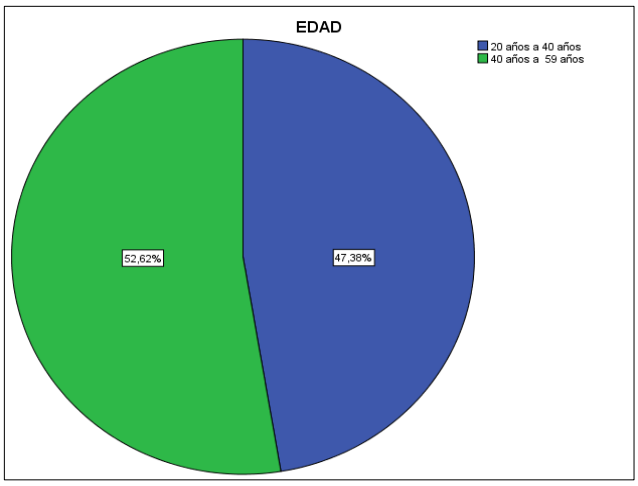
Tabla 4. Edad de las personas encuestadas

EDAD

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	20 años a 40 años	181	47,4	47,4	47,4
	40 años a 59 años	201	52,6	52,6	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Propia

Grafico 7. Edad de las personas encuestadas



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

De acuerdo al anterior grafico se puede observar que el 52,62.5% de las personas encuestadas están entre las edades de 40 a 59 años, y el 47,38% restante están entre las edades de 20 a 40 años, lo cual también nos permite identificar que las personas en este rango de edades tienen más poder adquisitivo y les gusta disfrutar más salir a un buen restaurante.

Información adicional: Genero

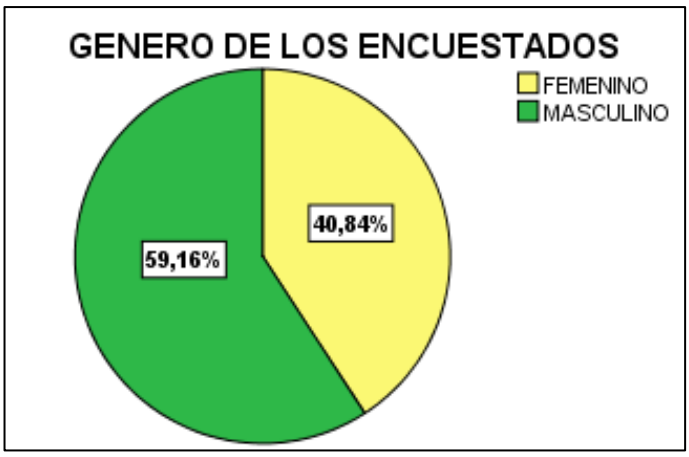
Tabla 5. Edad de las personas encuestadas

GENERO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	FEMENINO	156	40,8	40,8	40,8
	MASCULINO	226	59,2	59,2	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Grafico 8. Genero de las personas encuestadas



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

En el anterior grafico se observa que del 100% de las personas encuestadas el 59,16%, son hombres y 40,84 %, pertenecen al género femenino vemos que la mayoría de personas que utilizan los restaurantes son hombres, lo cual nos permite diseñar estrategias direccionadas a esta población como la promoción y publicidad, el diseño y adecuación del lugar hasta el portafolio de los platos típicos y presentación de los mismos.

Información adicional: Estrato

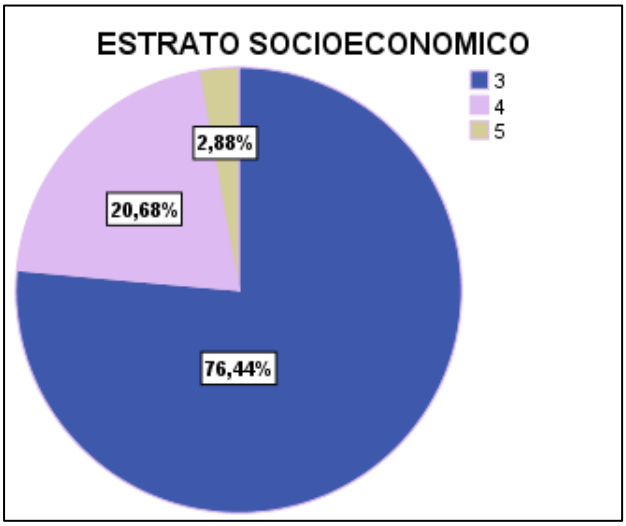
Tabla 6. Estrato de las personas encuestadas

ESTRATO SOCIOECONOMICO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	3	292	76,4	76,4	76,4
	4	79	20,7	20,7	97,1
	5	11	2,9	2,9	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Grafico 9. Genero de las personas encuestadas



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

De la totalidad de las personas encuestadas el estrato de mayor representación es el 3 con un 76,44%, en seguida del estrato 4 con un 20,68% y por ultimo con un 2,88% el estrato 5, de acuerdo a los anteriores resultados se infiere que en el sector del centro histórico la mayor parte de la población pertenece al estrato medio alto, en cual se deben crear productos y servicios acordes a este tipo de población.

Pregunta 1. ¿Acostumbra, salir a comer a restaurantes?

Tabla 7. Encuesta 1

¿ACOSTUMBRA, SALIR A RESTAURANTES?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido SI	382	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia
Grafico 10. Encuesta 1

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

De la totalidad de las personas encuestadas, el 100% han visitado un restaurante, lo

cual nos permite determinar que el restaurante será frecuentado, permitiendo identificar una buena demanda de clientes potenciales.

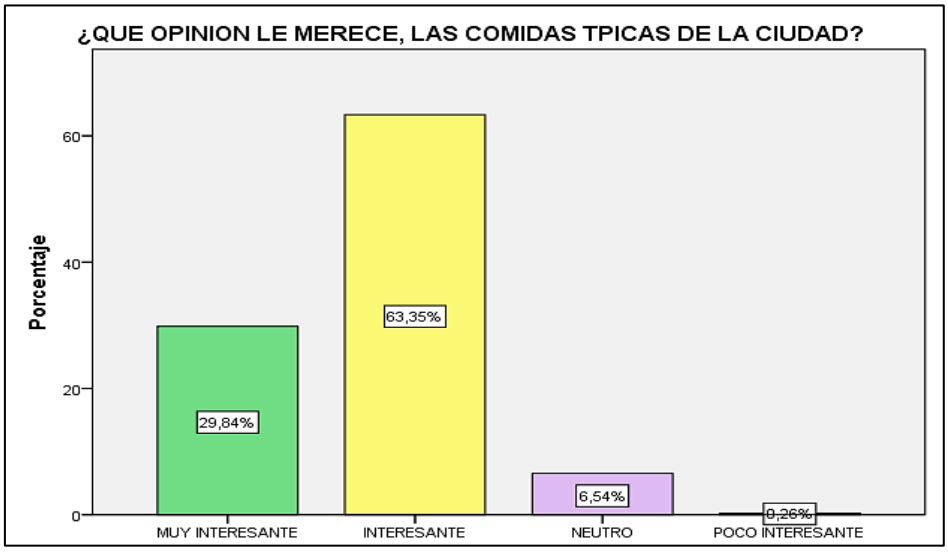
Pregunta 2. ¿Qué opinión le merece, las comidas típicas de la ciudad?

Tabla 8. Encuesta 2

¿QUE OPINION LE MERECE, LAS COMIDAS TPICAS DE LA CIUDAD?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MUY INTERESANTE	114	29,8	29,8	29,8
	INTERESANTE	242	63,4	63,4	93,2
	NEUTRO	25	6,5	6,5	99,7
	POCO INTERESANTE	1	,3	,3	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia
Grafico 11. Encuesta 2



Fuente: Elaboración propia

Interpretación

En el anterior gráfico, se identifica como dato representativo que del total de las personas encuestadas el 63,35% les parece interesante las comidas tipicas en la ciudad de Popayán, seguido del 29.84% como muy interesante y tan solo el 0.26% como poco interesante, lo que nos demuestra la aceptación del plan de negocios por parte de las personas encuestadas, por tal razón se deberán crear estrategias que satisfagan las necesidades y expectativas de los clientes potenciales además del desarrollo innovador de los productos y servicios brindados.

Pregunta 3 ¿Cuándo usted desea degustar platos típicos de la ciudad, que lugares visita?

Tabla 9. Encuesta 3

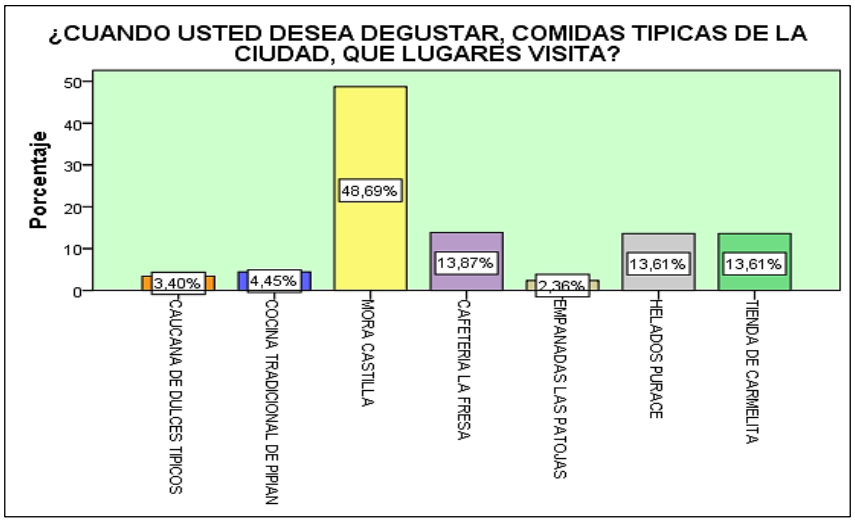
¿CUANDO USTED DESEA DEGUSTAR, COMIDAS TIPICAS DE LA CIUDAD, QUE LUGARES VISITA?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CAUCANA DE DULCES TIPICOS	13	3,4	3,4	3,4
	COCINA TRADICIONAL DE PIPIAN	17	4,5	4,5	7,9
	MORA CASTILLA	186	48,7	48,7	56,5
	CAFETERIA LA FRESA	53	13,9	13,9	70,4
	EMPANADAS LAS PATOJAS	9	2,4	2,4	72,8

HELADOS PURACE	52	13,6	13,6	86,4
TIENDA DE CARMELITA	52	13,6	13,6	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Grafico 12. Encuesta 3



Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Del 100% de las personas encuestadas, el 48.69% como dato representativo, prefieren degustar comidas típicas de la ciudad en Mora castilla, seguido de cafetería la Fresa con un 13.87%, y con un 13.61% en helados Purace y Tienda de Carmelita, el cual nos permite identificar nuestra competencia directa, en donde demos diseñar estrategias como el benchmarking con el objetivo de tomar como referencia los diferentes procesos, productos y servicios para de esta manera implementarlos en nuestra empresa y mejorarlos, brindado innovación y satisfacción al cliente.

Pregunta 4 ¿Con que frecuencia, acostumbra visitar estos lugares?

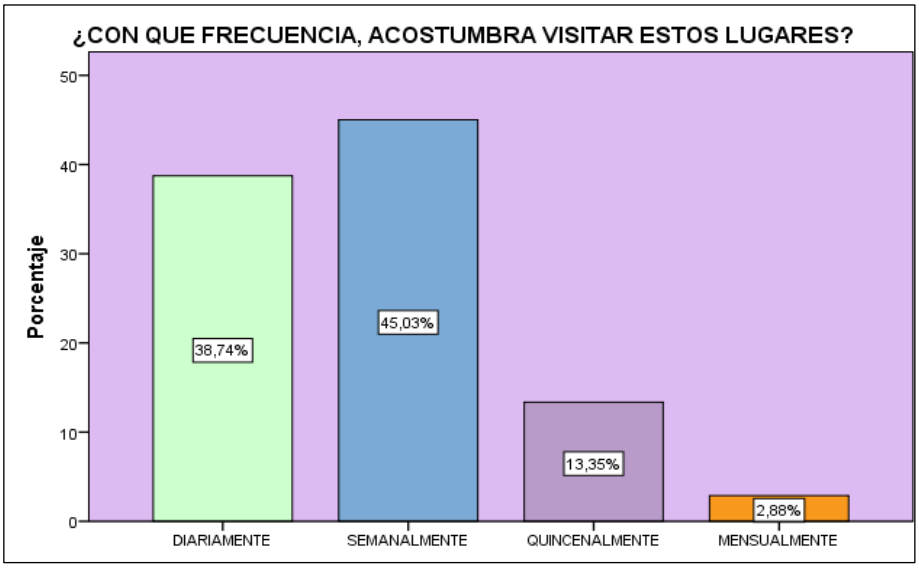
Tabla 10. Encuesta 4

¿CON QUE FRECUENCIA, ACOSTUMBRA VISITAR ESTOS LUGARES?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DIARIAMENTE	148	38,7	38,7	38,7
	SEMANALMENTE	172	45,0	45,0	83,8
	QUINCENALMENTE	51	13,4	13,4	97,1
	MENSUALMENTE	11	2,9	2,9	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Grafico 13. Encuesta 4



Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Con base a la información anterior se puede detallar, que la frecuencia de que las personas visiten lugares de comida típica en la ciudad de Popayán, de acuerdo a las encuestas realizadas, como dato representativo es semanalmente con un 45.03% y con un 38.74% diariamente, lo que nos define la gran aceptación y demanda de este tipo de negocios para la ciudad de Popayán, donde además se crea la expectativa de que la personas por costumbre frecuentan este tipo de lugares.

Pregunta 5 ¿Qué medio digital utiliza usted para estar informado?

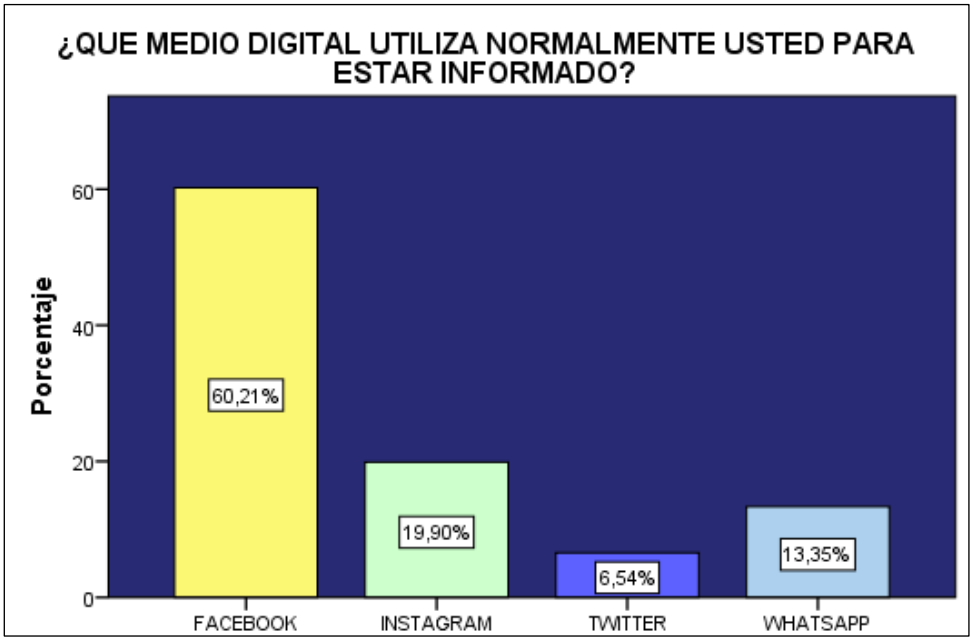
Tabla 11. Encuesta 5

¿QUE MEDIO DIGITAL UTILIZA NORMALMENTE USTED PARA ESTAR INFORMADO?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	FACEBOOK	230	60,2	60,2	60,2
	INSTAGRAM	76	19,9	19,9	80,1
	TWITTER	25	6,5	6,5	86,6
	WHATSAPP	51	13,4	13,4	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Grafico 14. Encuesta 5



Fuente: Elaboración propia

Interpretación

El 60.21% del total de los encuestados, utiliza el Facebook para estar informado, seguido del Instagram con un 19.90% y como poco usual el WhatsApp y twitter, el cual se deberá informar, promocionar y fidelizar a nuestros clientes de los productos y servicios brindados, de forma masiva por medio de Facebook e Instagram como estrategia de publicidad y mercadeo sin dejar en el olvido los demás medios, como radio, folletos entre otros.

Pregunta 6 ¿En promedio cual es el presupuesto que estaría dispuesto a pagar en este tipo de restaurantes?

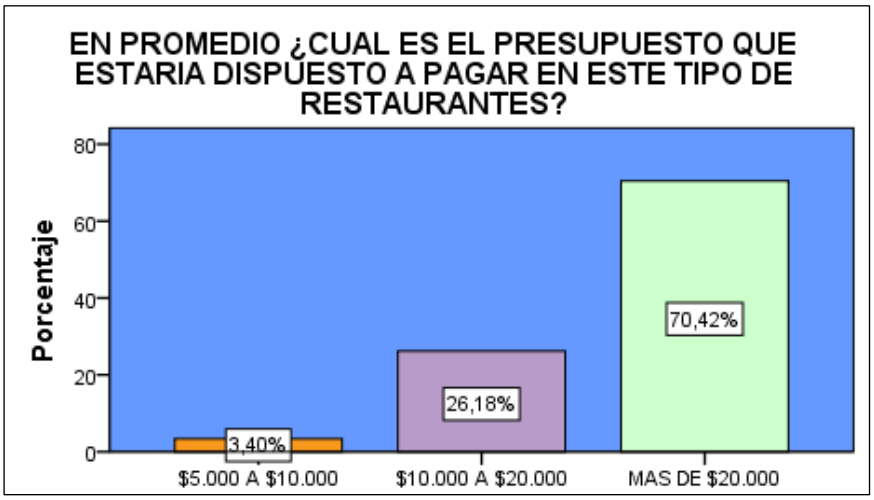
Tabla 12. Encuesta 6

EN PROMEDIO ¿CUAL ES EL PRESUPUESTO QUE ESTARIA DISPUESTO A PAGAR EN ESTE TIPO DE RESTAURANTES?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	$5.000 A $10.000	13	3,4	3,4	3,4
	$10.000 A $20.000	100	26,2	26,2	29,6
	MAS DE $20.000	269	70,4	70,4	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Grafico 15. Encuesta 6



Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 70.42% están dispuestos a pagar en un restaurante de comida típica más de $20.000, el 26.18% entre $10.000a $20.000 y tan solo el 3.40% entre $5.000 a $10.000, estos datos nos permiten identificar la capacidad económica de los clientes potenciales y la posible rentabilidad del negocio por su demanda y consumo.

Pregunta 7 ¿Qué Elementos influyen en la elección de un restaurante de comidas típicas de la ciudad?

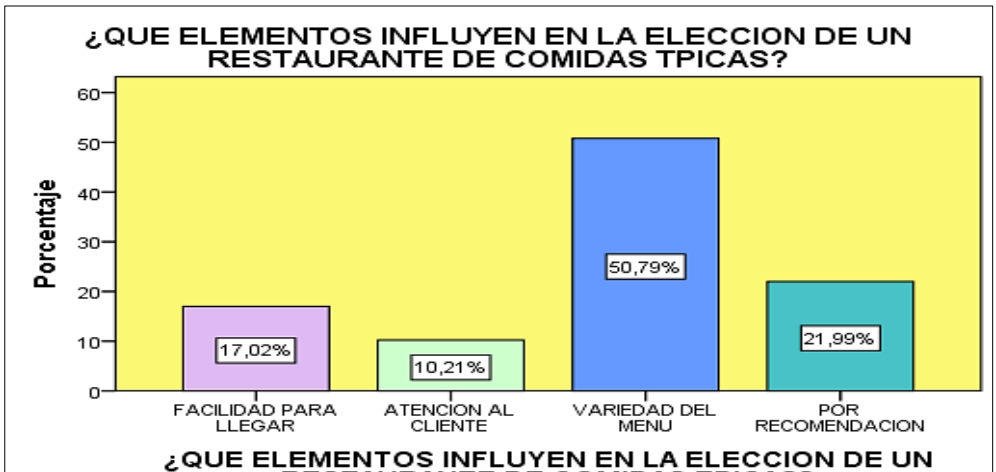
Tabla 12. Encuesta 7

¿QUE ELEMENTOS INFLUYEN EN LA ELECCION DE UN RESTAURANTE DE COMIDAS TPICAS?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	FACILIDAD PARA LLEGAR	65	17,0	17,0	17,0
	ATENCION AL CLIENTE	39	10,2	10,2	27,2
	VARIEDAD DEL MENU	194	50,8	50,8	78,0
	POR RECOMENDACION	84	22,0	22,0	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Grafico 16. Encuesta 7



Fuente: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a los resultados anteriores, se puede evidenciar que los factores que influyen a la hora de elegir un restaurante de comida típica según los encuestados, es la variedad del menú como dato representativo con 50.79%, seguido por recomendación con un 21.99%, facilidad para llegar un 17.02%, este tipo de información es de gran importancia ya que nos ayuda a definir los gustos, características y preferencias de los clientes, logrando cumplir con las expectativas.

Pregunta 8 ¿Qué comidas típicas de la ciudad, desearía probar?

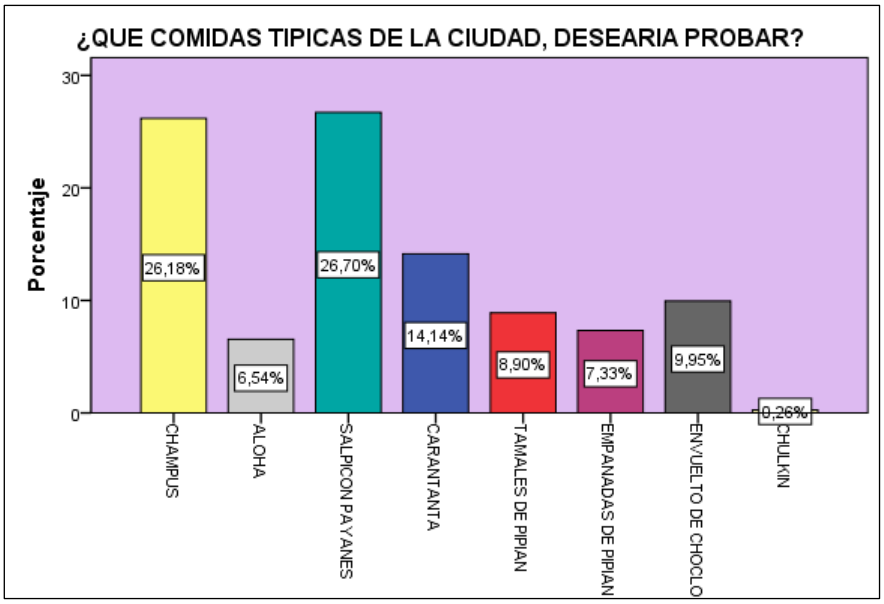
Tabla 13. Encuesta 8

¿QUE COMIDAS TIPICAS DE LA CIUDAD, DESEARIA PROBAR?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CHAMPUS	100	26,2	26,2	26,2
	ALOHA	25	6,5	6,5	32,7
	SALPICON PAYANES	102	26,7	26,7	59,4
	CARANTANTA	54	14,1	14,1	73,6
	TAMALES DE PIPIAN	34	8,9	8,9	82,5
	EMPANADAS DE PIPIAN	28	7,3	7,3	89,8
	ENVUELTO DE CHOCLO	38	9,9	9,9	99,7
	CHULKIN	1	,3	,3	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Grafico 17. Encuesta 8



Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Según el análisis del grafico anterior, nos demuestra como datos representativos que del total de las personas encuestadas desearían probar el salpicón payanes con un 26.70%, seguido del Champús con un 26.18% y carantanta con un 14.14%. Con esta información logramos identificar la preferencia de los platos típicos con mayor acogida y demanda, el cual el restaurante deberá tener en cuenta.

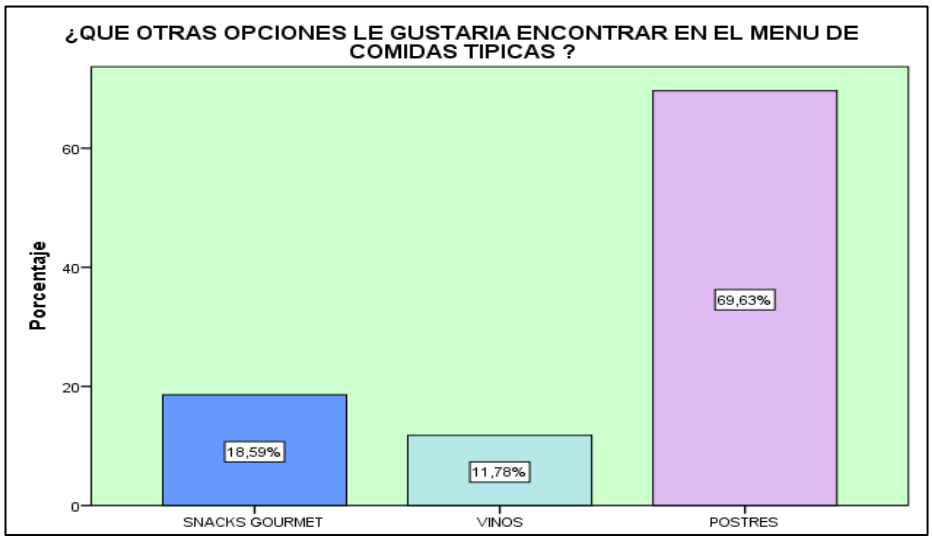
Pregunta 9 ¿Qué opciones le gustaría encontrar en el menú de comidas típicas?

Tabla 14. Encuesta 9

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SNACKS GOURMET	71	18,6	18,6	18,6
VINOS	45	11,8	11,8	30,4
POSTRES	266	69,6	69,6	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Grafico 18. Encuesta 9



Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Según los resultados de la gráfica anterior, detalla que del 100% de las personas encuestadas el 69.63% les gustaría encontrar en el menú de comidas típicas postres, seguido de Snacks gourmet con un 18.59% y por ultimo con un 11.78% vinos, el cual nos indica otro tipo de líneas de productos que se podrían incluir en el restaurante de comidas típicas, siendo estas de gran aceptación, además de ampliar el portafolio de productos para brindarle a los clientes.

Pregunta 10 ¿Porque regresaría a un restaurante de comida típica?

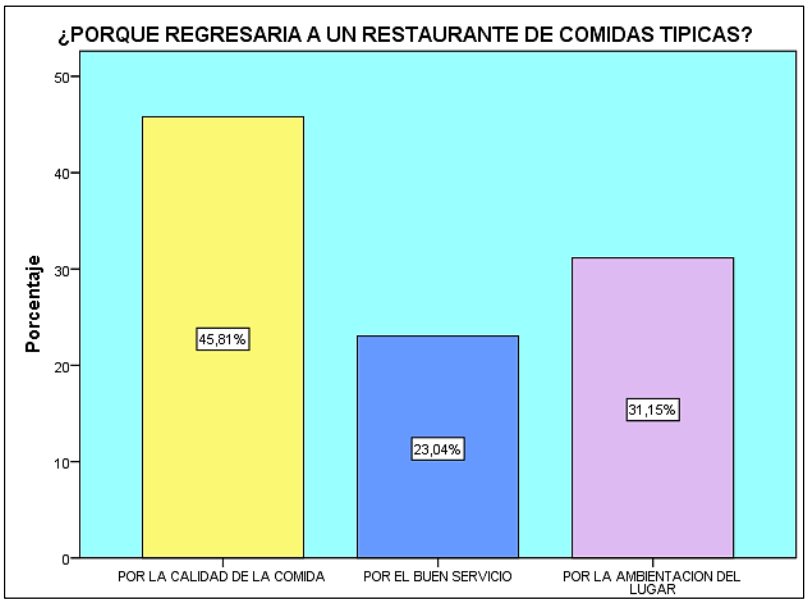
Tabla 15. Encuesta 10

¿PORQUE REGRESARIA A UN RESTAURANTE DE COMIDAS TIPICAS?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	POR LA CALIDAD DE LA COMIDA	175	45,8	45,8	45,8
	POR EL BUEN SERVICIO	88	23,0	23,0	68,8
	POR LA AMBIENTACION DEL LUGAR	119	31,2	31,2	100,0
	Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Grafico 19. Encuesta 10



Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Según el resultado de la gráfica anterior nos detalla que del total de las personas encuestadas las personas regresarían a un restaurante de comidas típicas, por la calidad de la comida como dato representativo siendo este el 45.81%, seguido de la ambientación del lugar con un 31.15% y con un 23.04% por el buen servicios, los anteriores son factores de gran relevancia el cual se deben tener en cuenta para de esta manera crear estrategias enfocadas a la satisfacción del cliente y cumplir expectativas.

7.1.8 Mezcla del mercado

7.1.8.1 Producto.

Un producto es un bien o servicio con características, tangibles e intangibles, donde se satisfacen las necesidades de los clientes, el cual brinda la empresa.

Tabla 16. Portafolio de productos ofrecidos por el restaurante de comidas típicas

Nombre del producto	Presentación	Características	Productos o Servicios Complementarios	Productos o Servicios Sustitutos	Valor Agregado
Champús		Bebida refrescante elaborada a base de maíz blanco cocido o la tradicional mazamorra, acompañado de piña, lulo y melado de panela.		Gaseosa La Reina, jugos naturales y otra bebidas azucaradas.	
Salpicón Payanés		Granizado refrescante elaborado con frutas, entre las que se encuentran dos variedad de mora, guanábana, lulo, piña, naranja y limón.		Helados de paila, helados de crema entre otros.	
Aloha		Bebida líquida refrescante elaborada con piña, maíz, panela, clavos y canela.		Gaseosa La Reina, jugos naturales y otra bebidas azucaradas.	

Tamal de Pipián		Tamal elaborado con masa de maíz amarillo, relleno con guiso conocido localmente como pipián, el cual se prepara con papa colorada, cebolla, ajo y maní.	Cubiertos, ají de maní, pan de sal.	Arepas rellenas, patacón con diferentes acompañantes.	
Empanada de Pipián		Pasabocas elaborado con masa de maíz amarillo, relleno con pipián, posteriormente se frita y se acompaña con ají de maní.		Empanadas de diferentes rellenos.	
Envueltos de Choclo		Elaborado con choclo tierno molido, queso envuelto en sus propia hojas de mazorca y posteriormente se cocinan.	Plato y cubiertos.	Arepas de maíz, arepas de choclo, pandebono, entre otros.	
Carantanta dNatural		Elaborado con el residuo que queda una vez preparado otros productos a base de maíz blanco como envueltos, tortillas y arepas.	Salsa de maní, hogao, sal.	Papas fritas en paquete, snack, carantanta en paquetelita para consumir.	
Costilla de Cerdo		Elaborado con costilla, aliños, posteriormente frita; acompañado de arepa, patacones, tomate, envueltos de maíz blanco y limón. su presentación será en un plato típico plano.	Plato, cubiertos y bebida.	Pollo, carne de res, carne de cerdo, pescado; en cualquier presentación	

Menú Típico del día (Almuerzo)		Platos elaborados con recetas tradicionales de la región y del país, que resaltan los sabores y la gastronomía de la ciudad.	Plato, cubiertos y bebida.	Pollo, carne de res, carne de cerdo, pescado; en cualquier presentación	

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 8. Logo Tradición de Faby

Fuente: elaboración propia

Slogan: *Para que te deleites con nuestros sabores únicos*

7.1.8.2 Precio.

El precio hace referencia al valor que tiene el producto; entre tanto el precio para el cliente es la suma de dinero que tiene que pagar por recibir los beneficios del producto.

Tabla 17. Proyección de Ventas

PRODUCTOS O SERVICIOS	PRECIO	Cantidad Vendida por día 1	Cantidad Vendida por día 2	Cantidad Vendida por día 3	Cantidad Vendida por día 4	Cantidad Vendida por día 5	Cantidad Vendida por día 6	Venta Total Producto ó Servicio (Semana)	Venta Total Producto ó Servicio (Mes)	Venta Total Producto ó Servicio (Año)
Champús	$ 2.700	6	5	5	6	10	6	38	152	1824
Salpicón Payanés	$ 3.300	1	1	2	3	3	2	12	48	576
Aloha	$ 2.000	1	1	1	1	2	3	9	36	432
Tamales de Pipián	$ 2.800	6	6	6	8	8	8	42	168	2016
Empanadas de Pipián (Unidad)	$ 450	70	60	60	60	160	130	540	2160	25920
Envueltos de Choclo	$ 2.000	4	4	4	6	6	6	30	120	1440
Carantanta Natural (Porción)	$ 3.000	1	1	0	0	1	2	5	20	240
Costilla de Cerdo	$ 20.000		0	0	0	1	1	2	8	96
Menu Típico del Día (Almuerzo)	$ 6.500	85	90	100	85	90	50	500	2000	24000
	TOTAL	174	168	178	169	281	208	1178	4712	56544

Fuente: Elaboración propia

7.1.8.3 Canales de comercialización.

El canal de distribución el cual manejará el restaurante de comida típica en la ciudad de Popayán “Tradición de Faby” será distribución directa, donde el restaurante comercializará directamente sus productos al consumidor. este tipo de canal no tiene ningún nivel de intermediarios, por tanto, el productor desempeña la mayor parte de mercadotecnia tales como comercialización, transporte, almacenaje y aceptación de riesgos sin de ningún intermediario, además de identificar las necesidades de los consumidores y las mejores estrategias para lograr satisfacerlas.

Las ventajas de elegir la distribución directa, es que se tiene mayor control sobre los productos, ya que se conoce de cerca el proceso de distribución, el producto se entrega en las mejores condiciones al servirlo directamente, logrando además una relación directa con el cliente, percibiendo las necesidades reales para de esta manera brindar una alta satisfacción. Por otro lado, se ayuda a disminuir costes por la no participación de intermediarios.

La estrategia que se utilizará para la distribución de los productos ofrecidos del restaurante de comidas típicas, será ubicar un punto de venta, en el centro histórico de la ciudad de Popayán, esto será porque principalmente se encuentra en un lugar de bastante afluencia de personal, debido a que se localizan diferentes oficinas de diversas empresas, universidades, paso de turistas entre otros.

Ilustración 9. Canal de distribución directa

PRODUCTOR **CONSUMIDOR**

Fuente: elaboración propia

7.1.8.4 Promoción.

Tradición de Faby, implementara estrategias de promoción que ayuden a la fidelización de sus clientes además de incentivar el volumen de ventas de los productos ofrecidos, estas estrategias son las siguientes:

- Se promocionará el servicio, mediante un plan de marketing digital, con páginas web y redes sociales interactivas con el cliente, como concursos e información de interés.

- Planes de descuento por cierta cantidad del producto, con el fin de fidelizar y generar satisfacción a nuestros clientes, como el descuento del 10% por compras superiores a 80.000 mil pesos, o por la compra de comida típica para eventos especiales que requieran de grandes cantidades se le aplicará también el mismo porcentaje al total de la compra, o también se ofrecerá el 10% servicio de tiquetera por la compra de 15 días.

- Realización de alianzas con empresas para brindarle el servicio de refrigerios de comida típica de la región para los eventos que realicen como capacitaciones, reuniones, diplomados entre otros.

- Reservas y organización del lugar para fechas especiales como cumpleaños, día de madre, amor y amistad entre otros.

- Se realizará promoción y reconocimiento de marca por medio radial, con emisoras de más audiencia

Tabla 18. Costos de publicidad

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR ANUAL
Radio: Pauta 3 meses en el año en la emisora Radio Uno	3 pautas	**$ 3.000.000**
Material publicitario se entregaran volantes o tarjetas de presentación en el restaurante y en toda la comuna)	2.000	**$ 140.000**
Medios Personales(se realizara una estrategia para que a través de las redes sociales los clientes que nos sigan se enteren de comunicados especiales y de las promociones que tiene el restaurante)	N/A	**$ 0**
TOTAL ANUAL		**$ 3.140.000**

Fuente: elaboración propia

Ilustración 10. Fan Pague de Tradición de Faby

Fuente: elaboración propia

Ilustración 11. Grafico No. Tarjeta de presentación Tradición de Faby

Fuente: elaboración propia

8. Estudio Técnico

8.1 Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto, es la capacidad instalada con la que debemos cubrir la demanda

Tabla 19. Tamaño del Proyecto

PRODUCTOS O SERVICIOS	PRECIO	Cantidad Vendida por día 1	Cantidad Vendida por día 2	Cantidad Vendida por día 3	Cantidad Vendida por día 4	Cantidad Vendida por día 5	Cantidad Vendida por día 6	Venta Total Producto ó Servicio (Semana)	Venta Total Producto ó Servicio (Mes)	Venta Total Producto ó Servicio (Año)
Champús	$ 2.700	6	5	5	6	10	6	38	152	1824
Salpicón Payanés	$ 3.300	1	1	2	3	3	2	12	48	576
Aloha	$ 2.000	1	1	1	1	2	3	9	36	432
Tamales de Pipián	$ 2.800	6	6	6	8	8	8	42	168	2016
Empanadas de Pipián (Unidad)	$ 450	70	60	60	60	160	130	540	2160	25920
Envueltos de Choclo	$ 2.000	4	4	4	6	6	6	30	120	1440
Carantanta Natural (Porción)	$ 3.000	1	1	0	0	1	2	5	20	240
Costilla de Cerdo	$ 20.000		0	0	0	1	1	2	8	96
Menu Típico del Día (Almuerzo)	$ 6.500	85	90	100	85	90	50	500	2000	24000
TOTAL		174	168	178	169	281	208	1178	4712	56544

Fuente: elaboración propia

Las variables que determinan el tamaño del proyecto:

- **Dimensión y características del mercado**.
- **Costos de inversión y operación**

Esta variable influye la capacidad de inversión de la empresa, la capacidad de producción, la capacidad de demanda que se presenten dentro del establecimiento.

Las relaciones entre el tamaño y la tecnología influirán a su vez en las relaciones entre tamaño, inversiones y costos de producción. En efecto, dentro de ciertos límites de operación

y a mayor escala, dichas relaciones propiciaran un menor costo de inversión por unidad de capacidad instalada y un mayor rendimiento por persona ocupada; lo anterior contribuirá a disminuir el costo de producción, aumentar las utilidades y elevar la rentabilidad del proyecto.

- **Financiación**

Si los recursos financieros son insuficientes para atender las necesidades de inversión de la planta de tamaño mínimo, es claro que la realización del proyecto es imposible. Si los recursos económicos propios y ajenos permiten escoger entre varios tamaños para producciones similares entre los cuales existe una gran diferencia de costos y de rendimiento económico, la prudencia aconsejara escoger aquel que se financie con mayor comodidad y seguridad y que a la vez ofrezca, de ser posible, los menores costos y un alto rendimiento de capital.

Se pretende realizar todas las adecuaciones necesarias al local en arrendamiento, la compra de mejores equipos para un funcionamiento más eficiente dentro del establecimiento, con el fin de proporcionar los mejores espacios laborales.

En cuanto a los costos de financiación, se tiene como opción los ahorros de los futuros dueños.

- **Disponibilidad de materia prima e insumos**

El abasto suficiente en cantidad y calidad de materias primas es un aspecto vital en el desarrollo de un proyecto. Muchas grandes empresas se han visto frenadas por la falta de estos insumos.

- **Localización**

La localización de este proyecto es minuciosa e importante, ya que se considera necesario que cumpla con ciertas características para que el negocio sea adecuado, como un espacio amplio para estantes, equipos, mesas y todo lo que contemple la adecuación del espacio de la parte operativa, sin que estos incomoden a los clientes, además de la accesibilidad con la que este cuente, todo en un ambiente al estilo colonial.

8.2 Localización

8.2.1 Macro localización

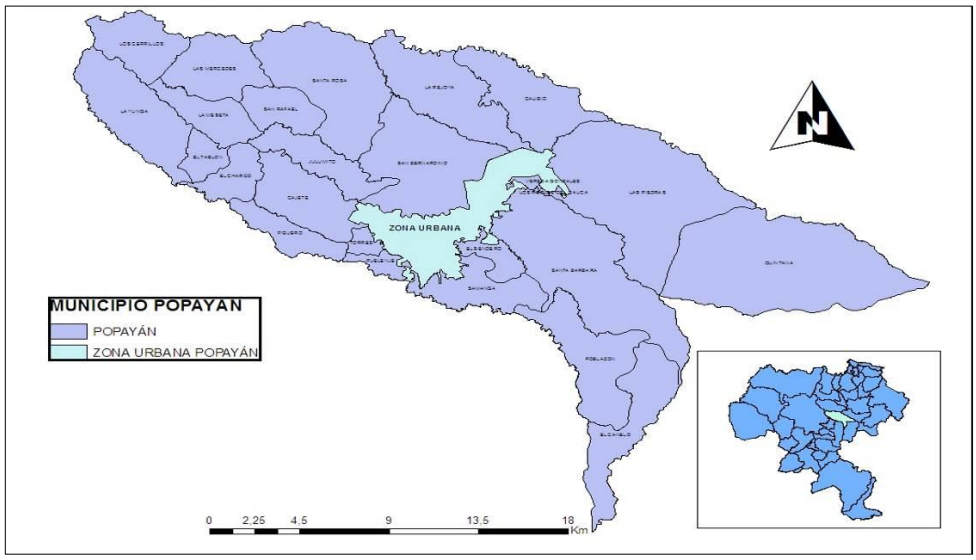
La empresa Tradición de Faby se encontrará ubicada en la ciudad de Popayán Cauca. Popayán es una ciudad colombiana, capital del departamento del Cauca, se encuentra localizada entre la Cordillera Occidental y Central al occidente del país. Tiene 284.949 habitantes, de acuerdo a las proyecciones 2019 con base en el censo del DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas) elaborado en el año 2005.

Popayán se ha mantenido en un nivel bajo respecto al proceso de desarrollo económico, situación que se explica por varios factores, entre los que se destacan, la escasa iniciativa empresarial del payanés y la fuerte dependencia del sector oficial como principal

generador de empleo. Participa también en la distribución de productos industriales llegados principalmente del centro y Sur del País, por la vía Panamericana. La Ciudad no posee gran número de industrias, ni es centro importante para el acopio de la producción de bienes primarios de la región, los productos del sector primario, salen por lo general, sin pasar por un proceso industrial.

Municipio de Popayán

Ilustración 12. Imagen Mapa municipio de Popayán



Fuente: Internet, Periódico La Campana

8.2.1.1 Descripción socio económica del municipio.

El municipio de Popayán cuenta con una población total de 284.949 habitantes, según proyecciones del Dane para el 2019, —debido a que las cifras oficiales del censo 2018 para la ciudad de Popayán aun no son oficiales— en su zona rural habitan 29.983, en esta área, la producción es prácticamente agrícola, entre sus principales cultivos se encuentran el café, la

caña panelera, el maíz, yuca, el plátano, los frutales y las hortalizas, y otras actividades como la explotación ganadera y forestal.

En el área urbana hay 254.966 habitantes, y su distribución por sexos es del 53% mujeres y 47% hombres, Popayán cuenta con una tasa del crecimiento del 4%, y un porcentaje en desempleo del 17.04%.

Siendo Popayán un punto nodal, la mayoría de la población se centra en esta parte, las razones van desde el desplazamiento forzado o por buscar mejores entradas económicas por medio de mejores empleos, entre otras, como la tasa de crecimiento poblacional es alta, los índices de desempleo aumentan y por supuesto el nivel de pobreza no queda a un lado, según datos del DANE, para el 2005 el porcentaje de personas que no satisfacen sus necesidades básicas de manera adecuada, como lo son: educación, vivienda, nutrición, ingresos y saneamientos básico, era del 18.07% , es decir, el 18% de las personas tienen sus necesidades insatisfechas.

Desempleo

El problema del desempleo en Popayán no es nuevo, siempre ha sido uno de los problemas sociales a los que se ha acostumbrado y este tiene varias causas, entre ellas el desplazamiento forzado. Popayán es receptora de personas en esa situación, las cuales no sólo llegan de otras poblaciones del Cauca, sino también del norte de Nariño, del Huila, Putumayo y en la actualidad del país hermano de Venezuela. Se calcula que actualmente esta capital tiene 59 mil personas que migraron a causa adjudicada del conflicto armado y del narcotráfico, sumando ahora un nuevo factor migratorio, por parte de los ciudadanos

venezolanos y que cuyos datos no son oficiales, pero se cuentan por miles, quienes a su vez agudizan aún más el fenómeno del desempleo.

Según cifras de la alcaldía, en el último año llegaron a Popayán alrededor de 6.000 desplazados, de ellos el 60% demanda trabajo, o sea 3.600 personas. Los 2.400 restantes son en su mayoría amas de casa, niños menores de 12 años, adultos mayores y estudiantes que no están demandando empleo. El 60% que buscan trabajo, le generan a la ciudad 2.5 puntos de desempleo. Para disminuir un punto se requiere generar 1.250 puestos de trabajo.

Esta selección del municipio se hizo teniendo en cuenta fuerzas locacionales fundamentales como lo son:

- Ubicación de la población objetivo y cercanía al mercado objetivo (Target)
- Disponibilidad y confiabilidad de los sistemas de apoyo
- Disponibilidad de materias primas: las materias primas con las que laborara el restaurante, la mayor parte son de fácil adquisición en la ciudad de Popayán, además se ubica relativamente a la central de abastos de la ciudad.

8.2.2 Micro localización

Se seleccionó un local que genera los mayores beneficios para la empresa y para los clientes de la ciudad de Popayán, principalmente es un lugar amplio, visible y de fácil acceso. Esta sede de la empresa Tradición de Faby quedará ubicada en la calle 5 # 3-13 B/ Centro, una cuadra antes de la iglesia de La Ermita, sector muy concurrido por estudiantes, en su mayoría universitarios, docentes, ejecutivos y funcionarios administrativos de las diferentes entidades oficiales, privadas y sector bancario de esta zona.

La micro localización de este plan de negocios (estudio de factibilidad), se realizó teniendo en cuenta diferentes opciones de locales en la parte del centro de la ciudad de Popayán, se analizaron diferentes variables que inciden en la preferencia y la escogencia de un lugar.

Inicialmente se obtuvieron tres opciones:

- Un local al norte de la ciudad, ubicado en el sector de las clínicas, B/ El recuerdo, el cual tiene un canon de arrendamiento mensual de $ 2.000.000, ubicado a pocos metros de la avenida principal, pero se evidenció que sobre el sector actualmente hay varios restaurantes, que llevan mucho tiempo en funcionamiento, adicional a ello la demanda del sector está enfocada más hacia el servicio de restaurante (tipo almuerzo ejecutivo) y no hacia las comidas típicas que es el punto fuerte de nuestra idea de negocio, lo que resulta en un punto negativo.

- Un local en la zona centro de la ciudad, ubicado en la calle 5 # 3-13, el cual tiene un canon de arrendamiento mensual de $ 1.500.000, cuenta con varias vías de acceso y está ubicado en una zona muy concurrida por la cantidad de entidades públicas y privadas que hay en el sector.

- Un local al sur de la ciudad, ubicado en la calle 8 # 11-48, con un canon de arrendamiento mensual de $ 800.000, cuenta con una sola vía de acceso, aunque es un sector comercial, no hay mucha afluencia de personas y existen ciertas limitaciones dentro de la demanda del sector.

Todas las opciones fueron analizadas, pero mirando aspectos como arrendamientos, estratos para los servicios públicos, adecuaciones en la infraestructura del local, el tamaño del sitio; el que más se adecuó a las exigencias requeridas para los clientes de Popayán fue la segunda opción, porque es donde mayor congruencia de personas hay durante todo el año, y por estar estratégicamente ubicado en el sector histórico, el cual a su vez es el principal destino de los turistas, lo que permite que haya mayor posibilidades de ofertar nuestros productos y la mayoría de entidades están ubicadas cerca del local escogido.

8.2.2.1 Características del sector

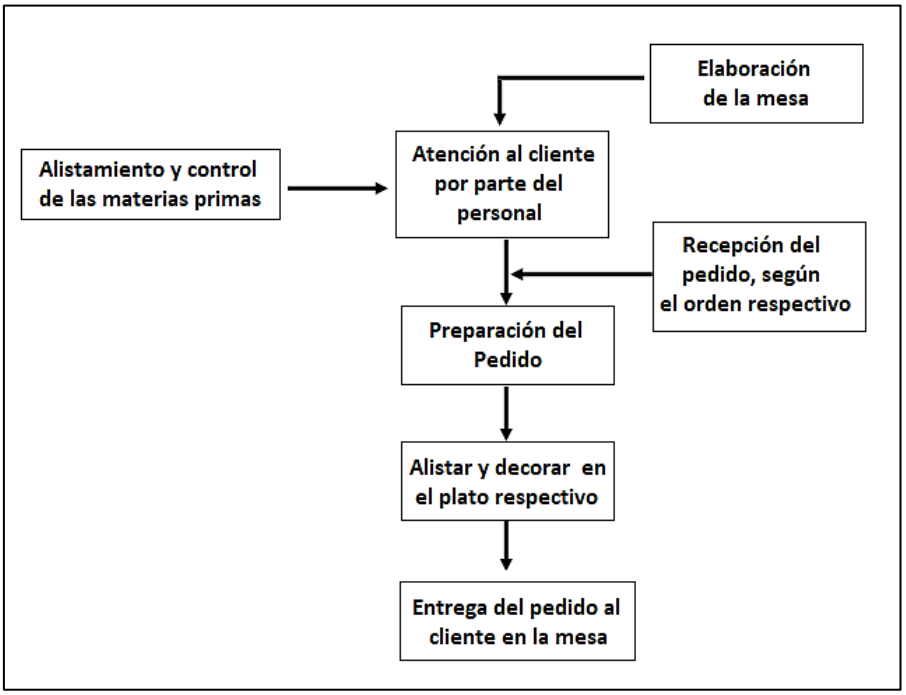
Ilustración 13. Ubicación del Restaurante

Fuente: google maps

Ilustración 14. Ubicación del Restaurante

Fuente: google maps

Grafico 20. Descripción del proceso productivo



Fuente: Elaboración Propia

9. Ingeniería

9.1 Descripción y valoración de materia prima e insumos (costeo):

La materia prima que será utilizada en cada uno de las comidas típicas del restaurante Tradición de Faby, es la siguiente:

Tamal de pipián:

Es típico de Popayán (Cauca), se diferencia de los demás no solo por su tamaño más pequeño sino también porque su ingrediente principal es una mezcla típica de la región llamado de la misma forma: Pipián, cuyo ingrediente principal es la papa. (SABORES DE COLOMBIA , 2011)

Ilustración 15. Tamal de pipián

TAMAL DE PIPIÁN				
MATERIA PRIMA	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNIDAD	COSTO TOTAL
Pipián	Gramo	140	3,8	532
Maní	Libra	17	8	136
Huevo	Gramo	10	5,3	53
Masa de maíz	Gramo	20	4	80
Hojas		1	167	167
Carne	Gramo	17	16	272
Guasca	Centimetro	30	2	60
COSTO POR UNIDAD				1300

Fuente: Elaboración Propia

Champús:

Es una bebida que tiene un tiempo de preparación de 1 ¼ horas. Principalmente se sirve frío, ya sea helándolo en el refrigerador o añadiéndole cubos de hielo. (GATRONOMIA DE POPAYAN , 2011)

Ilustración 16. Champús

CHAMPÚS				
MATERIA PRIMA	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNIDAD	COSTO TOTAL
Piña	Gramo	70	2	140
Lulo	Unidad	0,54	334	180,36
Limón	Unidad	0,25	200	50
Panela	Gramo	55	2,9	159,5
Canela y clavos	Gramo	25	2	50
Hojas de naranjo	Gramo	11	1,1	12,1
Mazamorra	Litro	178	1	178
COSTO POR UNIDAD				769,96

Fuente: Elaboración Propia

Salpicón payanés:

Se hace un picadillo muy fino de todas las frutas, se mezclan con el agua y el azúcar, se revuelve muy bien y se les agrega bastante hielo picado finito para servir. Esta receta ha pasado por varias generaciones de una misma familia, antiguamente se traía el hielo del volcán Puracé, en bultos cubiertos con aserrín, picándolo para su preparación. (COMIDAS TIPICAS DE POPAYAN , 2016).

Ilustración 17. Salpicón payanés

SALPICÓN PAYANÉS				
MATERIA PRIMA	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNIDAD	COSTO TOTAL
Azúcar	Gramo	67	3,2	214,4
Lulo	Unidad	1	300	300
Mora de castilla	Gramo	50	5	250
Mora criolla	Gramo	17	8	136
Piña	Gramo	54	1,9	102,6
Naranja	Unidad	0,5	100	50
Limón	Unidad	0,5	50	25
COSTO POR UNIDAD				1078

Fuente: Elaboración Propia

Envuelto de choclo:

El maíz es un producto que se consume a nivel mundial y en infinidad de preparaciones. Incluso hay relatos e historias alrededor de éste ingrediente que datan de la época prehispánica. Los envueltos en Colombia, son muy populares, Se preparan con maíz fresco y su característica principal a diferencia de otras recetas, es que los de Colombia son dulces. (ANTOJANDO ANDO, s.f.)

Ilustración 18. Envuelto de choclo

ENVUELTO DE CHOCLO				
MATERIA PRIMA	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNIDAD	COSTO TOTAL
Choclo	Gramo	57	3,2	182,4
Queso	Gramo	23	11	253
Panela	Gramo	11,4	5	57
Huevos	Unidad	0,19	350	66,5
Azucar	Gramo	11,37	3,2	36,384
Mantequilla	Gramo	5,7	16	91,2
Polvo para hornear	Gramo	0,23	85	19,55
sal	Gramo	2,27	1,4	3,178
Harina Pan	Gramo	7,6	3,8	28,88
COSTO POR UNIDAD				738,092

Fuente: Elaboración Propia

Aloha:

Bebida líquida refrescante elaborada con piña, maíz, panela, clavos y canela.

Ilustración 19. Aloha

ALOHA				
MATERIA PRIMA	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNIDAD	COSTO TOTAL
Piña	Gramo	100	2	200
Panela	Gramo	100	2	200
Lulo	Unidad	0,2	300	60
Aliños	Gramo	14	7,5	105
COSTO POR UNIDAD				565

Fuente: Elaboración Propia

Empanadas de Pipián:

Se les puede encontrar en la capital caucana en cada esquina acompañadas con el tradicional ají de maní. Su relleno, el pipián, se utiliza también en tamales o simplemente como una típica entrada. El pipián es una mezcla de papas coloradas, típicas de la zona, maní molido, ajo, cebolla, tomate y achiote, con algunas variaciones. De la mano de la empanada siempre va el ají. (EL ESPECTADOR , 2019)

Ilustración 20. Empanadas de Pipián

EMPANADAS DE PIPIÁN				
MATERIA PRIMA	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNIDAD	COSTO TOTAL
Papa	Gramo	5	2,4	12
Cebolla	Gramo	1,7	3	5,1
Ajo	Gramo	1,7	4	6,8
Maní	Gramo	3,4	8	27,2
Aliños	Gramo	0,05	80	4
Caldo de gallina	Cubo	0,007	350	2,45
sal	Gramo	0,084	1,4	0,1176
Masa de maíz	Gramo	5	4	20
Promasa	Gramo	1,25	3,8	4,75
Aceite vegetal	cc3	10	4	40
Ají	Gramo	3	1	3
COSTO POR UNIDAD				125,4176

Fuente: Elaboración Propia

Costilla de cerdo:

Elaborado con costilla, aliños, posteriormente frita; acompañado de arepa, patacones, tomate, envueltos de maíz blanco y limón. su presentación será en un plato típico plano

Ilustración 21. Costilla de cerdo

COSTILLA DE CERDO				
MATERIA PRIMA	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNIDAD	COSTO TOTAL
Costilla de cerdo	Libra	0,75	7000	5250
Arepas de maíz blanco	Unidad	6	100	600
Tomate	Unidad	1	500	500
Patacón	Unidad	1	1000	1000
Limón	Unidad	2	100	200
COSTO POR UNIDAD				7550

Fuente: Elaboración Propia

Menú del día:

Platos elaborados con recetas tradicionales de la región y del país, que resaltan los sabores y la gastronomía de la ciudad.

Ilustración 22. Menú del día

MENÚ TIPICO DEL DÍA				
MATERIA PRIMA	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNIDAD	COSTO TOTAL
Proteína	Gramo	100	15	1500
Arroz	Porción	1	250	250
Ensalda	Porción	1	150	150
Principio	Porción	1	400	400
Jugo	Onza	9	45	405
COSTO POR UNIDAD				2705

Fuente: Elaboración Propia

Carantanta natural:

La Carantanta es un plato típico payanés a base de maíz, el cual se acompaña con hogao. (RECETAS DE COMIDA CAUCANA , 2015).

Ilustración 23. Carantanta natural

CARANTANTA NATURAL				
MATERIA PRIMA	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNIDAD	COSTO TOTAL
Carantanta	Gramo	70	15	1050
Sal	Gramo	10	7	70
Hogao	Porción	1	300	300
COSTO POR UNIDAD				1420

Fuente: Elaboración Propia

Descripción y valoración de elementos de suministro de oficina (costeo)

Tabla 20. Descripción y valoración de elementos de suministro de oficina (costeo)

EQUIPOS DE OFICINA			
Concepto	**Cantidad**	**Costo unit**	**Costo total**
Escritorio	1	200.000	200.000
Silla Ergonómica	1	80.000	80.000
Computador Portátil	1	1.000.000	1.000.000
Impresora fotocopiadora	1	700.000	700.000
Mesa	1	80.000	80.000
Gavetero (Mueble con cajones)	1	150.000	150.000
Registradora	1	500.000	500.000
Televisor	2	750.000	1.500.000
TOTAL.....			**4.210.000**

Fuente: Elaboración Propia

Descripción y valoración de activos fijos (costeo)

Tabla 21. Descripción y valoración de activos fijos (costeo)

ACTIVOS FIJOS			
Concepto	Cantidad	Costo unit	Costo total
Estufa industrial	1	800.000	800.000
Estufa mediana	1	500.000	500.000
Bateria de cocina	1	500.000	500.000
Nevera samsung 430 Litros	2	1.500.000	3.000.000
Nevera Haceb 430 Litros	1	1.800.000	1.800.000
Licuadora Industrial	2	200.000	400.000
Olla eléctrica	3	80.000	240.000
Juego de vajilla (4 puestos)	12	50.000	600.000
Juego de cubiertos (3 unidades)	60	3.500	210.000
Juego de vasos (6 unidades)	14	20.000	280.000
Mesas	17	120.000	2.040.000
Asientos	68	35.000	2.380.000
TOTAL.....			12.750.000

Fuente: Elaboración Propia

Descripción de consumo de servicios públicos (costeo)

Tabla 22. Descripción de consumo de servicios públicos (costeo)

SERVICIOS PUBLICOS		
CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
ENERGIA ELECTRICA	380.000	4.560.000
ACUEDUCTO	240.000	2.880.000
COMUNICACIÓNES	110.000	1.320.000
GAS	400.000	4.800.000
TOTAL.....		13.560.000

Fuente: Elaboración Propia

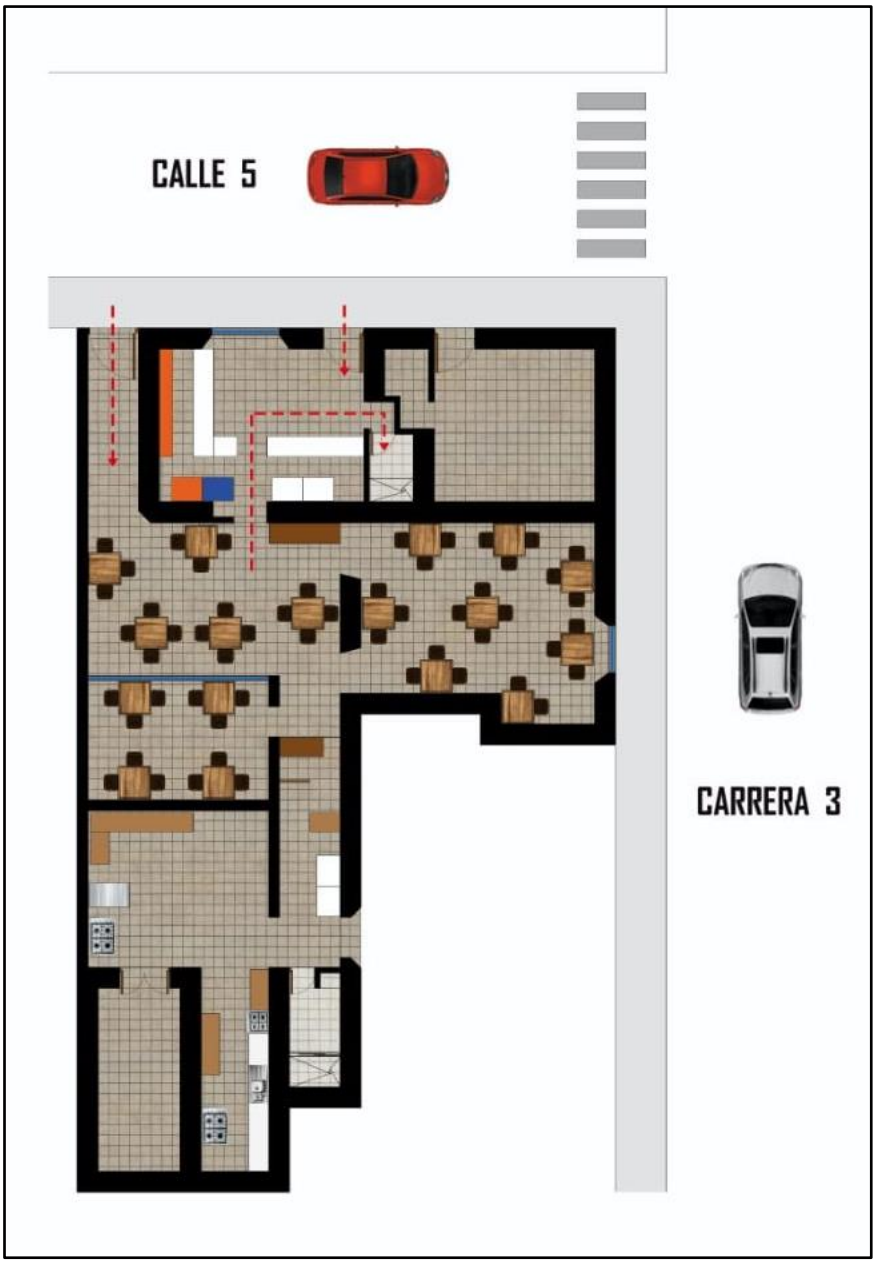
9.2 Descripción de la distribución en planta

La distribución de la planta física, del restaurante de comida típica Tradición de Faby, ubicada en la ciudad de Popayán, en el centro histórico de la ciudad, será diseñada de acuerdo a las necesidades y requerimientos identificados, con el objetivo de lograr una eficiente logística en el almacenamiento, tiempos y movimientos de los materiales y de todo el personal a cargo.

Por lo anterior, la planta física está distribuida de la siguiente manera:

- **Zona administrativa**: Lugar donde se encontrará la oficina administrativa.
- **Caja:** Espacio en donde se le será recibido el pago de los platos al cliente, además se exhibirán dulces típicos de la región.
- **Zona de comida**: Este lugar tendrá una ambientación colonial, con énfasis a la historia de Popayán, estarán ubicadas las mesas donde se atenderá y recibirá a los clientes.
- **Zona de preparación de alimentos:** Estará ubicada toda la maquinaria de cocina, como las estufas, nevera, horno, etc., para la preparación de cada uno de los platos de comida típica, con un equipo humano calificado.
- **Zona de almacenamiento**: En este lugar se almacenarán los insumos que sean comprados, donde se manejara el inventario de cada uno de ellos.
- **Baños:** Se contará con sanitarios amplios e higiénicos para los clientes y el personal interno.

Ilustración 24. Descripción de la distribución en planta



Fuente: Elaboración Propia

9.3 Descripción y valoración de elementos de seguridad industrial y salud ocupacional

Los Elementos de Protección Personal tienen como función principal proteger las diferentes partes del cuerpo, para de esta manera evitar que un colaborador, tenga contacto directo con factores de riesgo que le pueden ocasionar una lesión o enfermedad. Los Elementos de Protección Personal no evitan el accidente o el contacto con elementos agresivos, pero ayudan a que la lesión sea menos grave. (SURA , 2019). Por lo anterior es necesario que los colaboradores de la empresa Tradición de Faby utilicen los elementos y vestuario adecuado para su debida protección, además del monitoreo médico, controles técnicos y capacitación orientada a los riesgos identificados.

LISTADO DE CONTROL DE LA SALUD Y SEGURIDAD AL PERSONAL DE RESTAURANTES.

Muchas lesiones de los trabajadores ocasionadas en un restaurante, pueden evitarse al seguir unos pocos procedimientos, según las normas de salud y seguridad del personal, el cual contemplan programas de prevención de accidentes laborales, siendo los siguientes: (DIVISION DE COMPENSACION DE TRABAJADORES, s.f.)

- **Distribución del lugar**

Alertar al personal de peligros específicos como techos, rampas, pisos entre otros.

- **Al limpiar equipo de restaurante**

Platería: Siempre use guantes al usar cualquier limpiaplata u otros agentes de limpieza, siempre siga las instrucciones del fabricante o proveedor.

Cuchillos: Los cuchillos de cocina y la cuchillería representan un riesgo al dejarse en fregaderos y otros contenedores llenos de agua.

- Limpie los cuchillos del lado desafilado, con la hoja orientada en dirección contraria a usted.
- Al transportar cuchillos, apunte la hoja para abajo.

La Cristalería: Al pulir vasos, trate los bordes con cuidado y maneje con cuidado los vasos.

La Vajilla: No los amontone demasiado alto; el peso puede sobrecargar fácilmente la estantería y el montón de platos puede caer.

- **Vestuario del personal**

Calzado: Use calzado sólido y apropiadamente ajustado para reducir el riesgo de resbalos, tropiezos, y caídas. El calzado que cubre el pie retrasa la penetración de calor a los pies debido a derrames de líquidos calientes.

Ropa: No use faldas largas con colas ya que aumentan el riesgo de tropiezos, no use mangas largas y sueltas ya que pueden enredarse en las manillas de puertas y los respaldos de las sillas de los clientes y pueden prenderse fuego de las velas.

Cabello: Amarre el cabello largo o recójalo a toda hora para prevenir que llegue a estar en contacto con llamas (quemadores portátiles, velas) o llegue a enredarse al pasar por cortinas de plástico en las puertas.

- **Sirviendo comida**

Transportando platos: Asegúrese de que estén seguros y fáciles de cargar, distribuya

artículos uniformemente en los platos, ponga alimentos y bebidas calientes en el centro de los platos para asegurar que los derrames terminarán en la charola y no en usted, otro personal, clientes, o en el piso.

Transportando líquidos: No sobrellene los contenedores (o sea soperas, ollas de café o té).

Transportando platos o platillos calientes: Use un trapo grueso y seco (los trapos mojados pasan más rápido el calor y aumentan el riesgo de quemaduras). Advierta a los clientes (especialmente a los niños) si los platos, platos hondos, o tarros y tazas están calientes.

Clientes: Esté consciente de que los clientes (particularmente los niños) pueden moverse de repente o empujar las sillas hacia atrás justamente al servir la comida. Si hay poco espacio al servir, pida cortésmente al cliente que se haga a un lado, asegure que los clientes no lleguen a estar en contacto con superficies calientes y tenga cuidado con bolsas, maletines, y abrigos en el piso.

Derrames: Limpie de inmediato si hay riesgo de resbalos al servir, o cierre el área hasta que se limpie.

- **Emergencias**

Sepa que hacer en caso de accidentes, incendios, u otras emergencias, como no correr ni empujar a los demás; si ser está en un lugar cerrado buscar la salida más cercana sin atropellamientos, Usar las salidas de emergencia, nunca los ascensores o montacargas y prestar atención a la señalización, ayudará a localizar las salidas de emergencia.

Tabla 23. Descripción y costos salud ocupacional y seguridad industrial

SALUD OCUPACIONAL			
PRODUCTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Botiquin	2	$ 35.000	$ 70.000
SEGURIDAD INDUSTRIAL			
PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO TOTAL	PROVEEDOR
Extintor	1	$ 60.000	Bomberos
Guantes protectores	3	$ 36.000	Bomberos
Uniforme	6	$ 200.000	Bomberos
Zapatos antideslizanes	3	$ 200.000	Bomberos
TOTAL		$ 496.000	
TOTAL SALUD OCUPACIONAL Y SEGURIDAD INDUSTRIAL		$ 566.000	

Fuente: Elaboración propia

10. Aspectos Legales Organizacionales

10.1 Aspectos Legales

10.1.1 Tipo de sociedad

El restaurante de comidas típicas en la ciudad de Popayán “Tradición de Faby”, se constituirá como una sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S. Según la ley 1258 de 2008, que ofrece la posibilidad de constituir este tipo de sociedades, estableciendo una regulación flexible. Por ser dos socios cada uno se hará responsable de hasta el monto de sus respectivos aportes.

Para conformar este tipo de sociedades, según la cámara y comercio, se crea mediante contrato o acto unilateral que constara en un documento privado, en escritura pública o en acta de constitución. Es necesario registrar los estatutos en la notaria para recibir la escritura de constitución, esta se registra y se legaliza en la Cámara y Comercio. Si la sociedad genera utilidades al cabo del año o de los siguientes años lo único que la norma pide es que es sus estados financieros sean auditados por un contador independiente, este se contrata a fin de año y esa persona va audita, examina y genera el dictamen en la auditoria.

La SAS frente a impuestos es hasta el límite de los aportes o del capital que haya invertido la persona.

Numero de accionistas: El mínimo de accionistas es de 1 y no tiene un límite máximo.

El capital social se divide en acciones, las cuales son libremente negociables, pero por estatutos esta se puede restringir hasta por 10 años su negociación. Es por ello que es un modelo ideal para sociedades de familias.

Requisitos

- Sacar el Rut, (Registro Único tributario), el cual se puede obtener por medio de la página web, www.dian.gov.co, este será llevado a la cámara y comercio el cual generara un NIT provisional. Este se deberá llevara a la Dian para obtener el RUT definitivo.
- El Rut se debe registrar en la industria y comercio del municipio, hay que diligenciar un formulario de inscripción y cancelar el valor correspondiente.
- Con la inscripción de industria y comercio se debe ir a planeación municipal a tramitar el uso de suelos, el cual lo autoriza la alcaldía, el permiso se demora de 2 o 3 meses.
- En Bomberos se debe tramitar, la certificación de seguridad. Esta entidad deberá realizar una vista, inspeccionando las condiciones del establecimiento y recomendaciones para cualquier tipo de anomalías.

Pasos para la constitución de una SAS

Paso 1:

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”; o de las letras S.A.S.

- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

Paso 2:

- Las personas que suscriben el documento de constitución deberán autenticar sus firmas antes que este sea inscrito en el registro mercantil.

Paso 3:

El documento privado debe ser inscrito en el registro mercantil de la cámara de Comercio del lugar en el que la sociedad establezca su domicilio principal. Adicionalmente, se diligencian los formularios de Registro Único Empresarial (RUE), el formulario de

inscripción en el RUT y se lleva a cabo el pago de lo referente a la matricula mercantil, impuesto de registro y derecho de inscripción.

Cámara de comercio

Los requisitos comerciales para definir la constitución jurídica de la empresa se debe llevar a cabo unos pasos legales ante esta institución:

- Asignación de NIT
- Inscripción en el registro de vendedores si es responsable de IVA.

Una vez adquirido y diligenciado el formulario, preséntese ante la DIAN, con los siguientes documentos:

- Formulario de RUT diligenciado en original y dos copias.
- Copia del documento de constitución autenticado.
- Certificado de existencia y representación, expedido por la Cámara de Comercio, con fecha no mayor a tres meses antes de su presentación.
- Fotocopia de la cédula del representante legal.

El registro de Impuestos sobre las ventas (IVA), se puede hacer en el momento de realizar la solicitud del NIT. Los responsables del régimen simplificado no tienen obligación de declarar el IVA, los responsables del régimen común deben hacerlo bimestralmente en las fechas que indique el calendario tributario, el cual puede adquirir directamente en la DIAN.

Simultáneamente con la solicitud del formulario RUT, usted puede solicitar el formulario

para que la DIAN le autorice la numeración para las facturas que usará en su empresa.

Sanitaria

Como el restaurante de comidas Típicas es un lugar donde se realizan la preparación y manipulación de alimentos, se hace necesario contar con algunas medidas y condiciones de higiene y manipulación, el cual en Colombia lo rige el siguiente decreto:

"DECRETO 3075 DE 1997. Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 9 de 1979 y se dictan otras disposiciones. 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, y se aplicaran":

- A todas las fábricas y establecimientos donde se procesan los alimentos; los equipos y utensilios y el personal manipulador de alimentos.
- A todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.
- A los alimentos y materias primas para alimentos que se fabriquen, envasen, expendan, exporten o importen, para el consumo humano.
- A las actividades de vigilancia y control que ejerzan las autoridades sanitarias sobre la fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte,

distribución, importación, exportación y comercialización de alimentos, sobre los alimentos y materias primas para alimento.

Tabla 24. Gastos de Constitución

TRAMITES DE CONSTITUCION EN LA INSCRIPCION LEGAL DE GASTOS PREOPERATIVOS	
Gastos de constitucion	**$ 200.000**
Notaria	$ 200.000
Licencia	**$ 470.000**
Industria y comercio	$ 66.000
Uso de suelo	$ 49.000
Registro de camara y comercio	$ 80.000
Bomberos	$ 55.000
Sayco y Acinpro	$ 220.000
SUBTOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN	**$ 670.000**

Fuente: elaboración propia

10.1.2 Personal y Forma de Contratación

Tipo de contrato

El tipo de contratación de personal, que Manejará el restaurante de comida típica Tradición de Faby, será un contrato a término indefinido, donde según Art. 47 del Código Sustantivo de Trabajo, es aquel que no estipula una fecha de terminación de la obligación entre las partes (empleado y empleador). La duración del contrato no está estipulada por la de la obra o la naturaleza de la labor, es decir no se refiere de manera explícita o un trabajo ocasional o transitorio, este podrá realizarse de manera verbal o escrito. Se deberá tener en cuenta que tanto el empleado como el empleador tendrá unos derechos y deberes contemplados por la ley, donde no cumplirlo este incurrirá en sanciones.

11. Aspectos Organizacionales

11.1 Misión

Ofrecer a nuestros clientes una alternativa gastronómica, que satisfaga las necesidades y expectativas, rescatando las recetas tradicionales de nuestra comida típica payanesa, con un excelente servicio y calidad en los productos, además de contar, con un equipo de trabajo integro, en un ambiente de armonía, honestidad y entusiasmo en la labor, el cual permita garantizar un excelente y ágil servicio que logre la consolidación y preferencia de nuestros clientes.

11.2 Visión

Para el año 2022, ser reconocidos como un restaurante de comida típica líder en la región, siendo una empresa altamente productiva, innovadora y competitiva, que busca la calidad en el servicio y desarrollo de nuestros colaboradores; preservando las recetas y sabores tradicionales gastronómicos.

11.3 Objetivos empresariales

- Ser un restaurante de comida típica líder en la región, siendo una empresa competitiva, innovadora que satisfaga las necesidades y expectativas de los clientes.
- conformar un equipo de trabajo comprometido, entusiasta, honesto y altamente capacitado, con el fin de brindar productos de calidad y excelente servicio a nuestros clientes.

- Crear un lugar gastronómico que preserve las recetas y sabores tradicionales de la región, con el propósito de mantener el legado gastronómico de la ciudad.
- Generar oportunidades de empleo a las personas con el conocimiento en el servicio y habilidades en el negocio.
- Establecer estrategias que permitan a la empresa, mantener la sostenibilidad en el tiempo, mediante la optimización de recursos, cumplimiento de objetivos y estándares de calidad establecidos.

11.4 Valores

- **Trabajo en equipo:** El trabajo en equipo, ayudara a la empresa a conformar colaboradores, con capacidades, habilidades y aptitudes enfocadas en la cooperación y la búsqueda de resultados eficaces, que satisfagan las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

- **Honestidad:** La conducta de los miembros de la empresa, deberán regirse bajo los lineamentos de rectitud y veracidad en cada uno de sus cargos, el cual demuestre el correcto proceder de su desempeño., logrando los resultados esperados.

- **Compromiso:** se buscará el compromiso de los colaboradores, con el cumplimiento de los objetivos empresariales, el cual contribuyan de manera positiva a la productividad, satisfacción y éxito de la organización.

- **Responsabilidad:** Ser responsables con la sociedad y el medio ambiente, por medio de buenas prácticas en los diferentes procesos y el desarrollo de cultura organizacional sostenible, que busque la excelencia y calidad de productos y servicios.

- **Excelencia:** Por medio de la excelencia, se desea alcanzar la más alta calidad en los procesos, productos y servicios, con el fin de ser cada día más competitivos y reconocidos en el mercado.

Tabla 25. Matriz Dofa

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	O1. Aumento de la participación en el mercado del sector gastronómico en Colombia. **O2.** Aumento de la cultura de comer fuera de casa **O3.** Vigilancia y supervisión por parte del gobierno para este tipo de establecimientos. **O4.** La ciudad de Popayán es un referente gastronómico reconocido por la UNESCO **O5.** Créditos por las entidades bancarios para proyectos de emprendimiento.	**A1.** Presencia de una fuerte competencia informal con precios bajos**.** **A2.** Aumento de la inflación e impuestos, lo que genera aumento en los costos. **A3.** Gran oferta de productos sustitutos **A4.** Sanciones y cierre de establecimientos por el incumplimiento a la ley **y** normas de salubridad.
FORTALEZAS	**ESTRATEGIAS FO**	**ESTRATEGIAS FA**

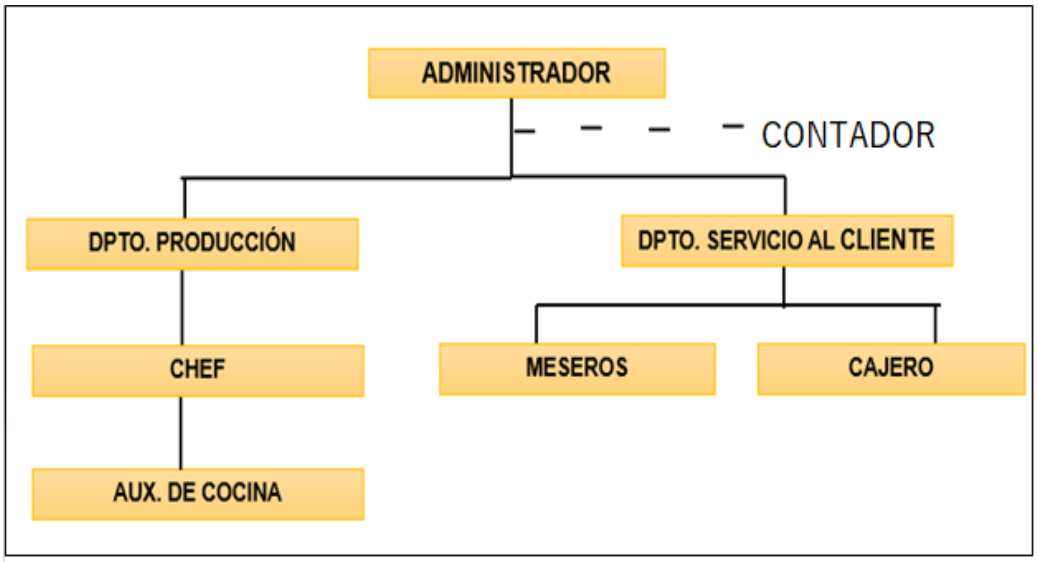
F1. Calidad de los productos y servicios ofrecidos **F2.** Ubicación estratégica, por ser un lugar transitado y turístico de la ciudad, como lo es el centro de Popayán. **F3.** Ambiente cómodo y agradable. **F4.** Amplio Portafolio de menú de comidas típicas. **F5.** Mano de obra con calidez humana y experimentada.	**O1+O2+F1+F4** Aprovechar la aceptación y la cultura de comer fuera de casa, desarrollando productos y servicios de alta calidad, diversificación, con el objetivo de lograr mayor participación y reconocimiento en el mercado. **O2+O3+F2** Formalizar la empresa, con los requisitos legales establecidos por la ley para evitar sanciones, aprovechando la existencia de una buena demanda para la factibilidad del negocio, además de la ubicación estratégica que favorece el posible éxito de la empresa. **O4+F1+F3+F5** Aprovechar el reconocimiento de la ciudad, de ser un referente gastronómico, creando estrategias para que los clientes locales y visitantes tengan como preferencia el restaurante de comida típica Faby, fortaleciendo el capital humano, creando ambientes cómodos y mantener la calidad de los productos y servicios.	**A1+A2+A3+F1+F3+F4** Con el desarrollo de productos y servicios de la más alta calidad, además de contar con un amplio portafolio y ambiente cómodo y agradable, se busca impactar al cliente de forma positiva en donde el restaurante tenga una gran acogida y preferencia, que como consecuencia se logre una alta demanda, siendo este sostenible en el mercado, con capacidad económica para cubrir sus gastos además de ser fuerte ante la competencia. **A4+F1+F5** Capacitar al personal interno de la empresa en normas de salubridad, atención al cliente, con el fin de evitar sanciones legales y lograr llenar las expectativas de quienes nos visitan.
DEBILIDADES	**ESTRATEGIAS DO**	**ESTRATEGIAS DA**

D1. Empresa nueva, en el sector. **D2.** Presupuesto Limitado **D3.** Falta de un lugar de parqueo para los clientes. **D4.** Vulnerabilidad ante grandes competidores ya posicionados **D5.** Ausencia de personal bilingüe para los turistas extranjeros	**O1+O2+O5+D1+D4** Debido al aumento de la participación del sector gastronómico en Colombia en los últimos años, además del reconocimiento de la UNESCO y el aumento de la cultura de comer fuera de casa, se pretende contar con buena demanda el cual el restaurante de comidas típicas debe aprovechar, brindando siempre un valor agregado en la calidad de los productos y servicios, con el fin satisfacer al cliente y este lo prefiera por experimentar experiencias diferentes a lo común, de esta manera seremos una fuerte competencia en el mercado. **O5+D2+D3+D5** Fortalecer la empresa por medio de la inversión en capital humano, infraestructura de acuerdo a las necesidades identificadas para lograr la satisfacción de nuestros clientes internos y externos por medio de créditos de las entidades bancarias.	**A1+A3+D1+D4** Mediante herramientas administrativas como el benchmarking, se pretende identificar la competencia y productos del mercado fuertes, el cual se tomen las mejores prácticas para de esta manera implantarlas de manera mejorada en nuestra empresa, con el objetivo de buscar reconocimiento por nuestros clientes potenciales. **A2+A4+D2+D5** Por medio de un apalancamiento externo, se pretende fortalecer la empresa en la inversión de infraestructura y capital humano, con el fin de lograr satisfacer las necesidades de nuestros clientes y sostenernos en el mercado, cubriendo costos y gastos que esta pueda requerir.

Organigrama de la Empresa

El organigrama utilizado para el restaurante de comidas típicas Tradición de Faby, contara con una estructura funcional y lineal, en donde se trasmite la responsabilidad y autoridad por la división de sus tareas para cada función especial, conservando la especialización en cada actividad. Se muestran las diferentes áreas de la empresa, donde su nivel de mando será de arriba hacia abajo a partir del gerente quien estará ubicado en la parte superior y de él desagregan los diferentes niveles jerárquicos de forma escalonada. El organigrama nos permite identificar los diferentes puestos de trabajo del personal, así como su respectivo relacionamiento de acuerdo a los niveles de mando.

Grafico 21. Organigrama de la Empresa



Descripción de Cargos

Tabla 26. Administrador

TRADICCION DE FABY	MANUAL DE FUNCIONES
IDENTIFICACION DE CARGOS	
Cargo	***ADMINISTRADOR***
Departamento	Adminstrativo
Jefe inmediato	socio
PERFIL DEL CARGO	
Profesional en administracion de empresas	
EXPERIENCIA	No menor a 1 año
NUMERO DE PERSONAS	1
DESCRIPCION DEL CARGO	
. Liderar Procesos de planificación y creacion de estrategicas para todos los niveles. .Organizar, direccioanar y controlar cada uno de los procesos. .Manejo eficiente de todos los recursos de la empresa .Ejercer liderzgo dinamico .Toma de decisiones optimas para el crecimiento de la empresa.	

Tabla 27. Chef

TRADICCION DE FABY	MANUAL DE FUNCIONES
IDENTIFICACION DE CARGOS	
Cargo	***CHEF***
Departamento	Producción
Jefe inmediato	Administrador
PERFIL DEL CARGO	
Tecnologo en gastronomia con habilidades y conocimiento en la preparacion de comidas tipicas de la ciudad de Popayan	
EXPERIENCIA	No menor a 1 año
NUMERO DE PERSONAS	1
DESCRIPCION DEL CARGO	
.Organizar y controlar el proceso de produccion de platos tipicos, para obener una excelente presentacion y calidad. .Dirigir el trabajo de cada auxiliar de cocina en la preparacion de los platos. .Controlar la provison, conservacion y almacenamiento de la mercancia. .Apoyar el proceso de compras. .Controlar la higiene y salubridad de los platos de acuerdo a las normas legales mendiante tecnicas adecuadas.	

Tabla 28. Auxiliar de cocina

TRADICCION DE FABY	MANUAL DE FUNCIONES
IDENTIFICACION DE CARGOS	
Cargo	***AUX. DE COCINA***
Departamento	Producción
Jefe inmediato	Chef
PERFIL DEL CARGO	
Bachiller, se evaluara la experiencia en el campo de la preparacion de platos tipicos ademas de la certificacion en manipulacion de alimentos .	
EXPERIENCIA	Minima de 6 meses
NUMERO DE PERSONAS	2
DESCRIPCION DEL CARGO	
.Ayuddar en la elaboracion de los platos tipicos con una excelente presentacion y manipulacion. . Limpiar y ordenar cada una de las dependencias de la cocina .Utilizar tecnicas de higiene establecidas.	

Tabla 29. Meseros

TRADICCION DE FABY	MANUAL DE FUNCIONES
IDENTIFICACION DE CARGOS	
Cargo	***Meseros***
Departamento	Servicio al cliente
Jefe inmediato	Administrador
PERFIL DEL CARGO	
Bachiller con experiencia en atencion al cliente	
EXPERIENCIA	Minima de 6 meses
NUMERO DE PERSONAS	2
DESCRIPCION DEL CARGO	
.Recibir al cliente amablemente, respetuosamente y asignarle una mesa de acuerdo a sus preferencias. .Conocer el proceso para realizar las ordenes .Servir los alimentos en la mesa con la mejor actitud y buen servicio .Recojer los platos sucios .Presentar la cuenta al cliente en el momento aportuno .Mantener aseado el lugar con buena presentacion y abastecidas las mesas y estans con los utencilios necesarios.	

Tabla 30. Cajero

TRADICCION DE FABY	MANUAL DE FUNCIONES
IDENTIFICACION DE CARGOS	
Cargo	***CAJERO***
Departamento	Servicio al cliente
Jefe inmediato	Administrador
PERFIL DEL CARGO	
Bachiller con experiencia en atencion al cliente y manejo en caja registradora.	
EXPERIENCIA	Minima de 1 año
NUMERO DE PERSONAS	1
DESCRIPCION DEL CARGO	
.Manejar el dinero recibido en el restaurante de comida tipica quien es el directamente responsable. .Realizar el pago oportuno a los clientes y proveedores. .Mantener su lugar de trabajo limpio y ordenado .Atender al cliente con la mejor actitd y respeto. .Mantener informado al jefe inmediato sobre todos los movimientos y situaciones relevantes. Realizar informe de cierre diario con el administrador.	

12. Estudio Financiero

El estudio financiero comprende información de gran relevancia para la elaboración del presupuesto de inversión, costos, gastos, flujo de efectivo, necesarios para la creación de un restaurante de comida típica en la ciudad de Popayán denomina Tradición de Faby. Con ello se pretende proyectar los estados de resultados y el estado de situación financiera, los cuales son datos suficientes para evaluar la factibilidad del plan de negocio. Las proyecciones se realizan basándose en una inversión inicial a cinco años, concluyéndose de esta manera la rentabilidad del proyecto.

El presente capítulo se muestra el estudio financiero y la evaluación financiera. Estos dos componentes son necesarios dado que permite a la empresa tener en cuenta el monto de las inversiones para la realización de operaciones en la misma, los ingresos que espera obtener en periodos determinados, los costos y gastos que generara el restaurante de comidas típicas Tradición de Faby.

A este estudio se da apertura determinando la inversión inicial con la que se cuenta, proyectando los gastos, costos, ingresos lo cual va a permitir desarrollar los análisis pertinentes, como lo es la factibilidad tomando en cuenta la rentabilidad y la recuperación de la inversión. Es de suma importancia, ya que es este el que muestra el estado de una empresa, lo cual es muy importante porque permite el control en ella y para el desarrollo normal de las actividades, de esta forma es posible realizar pronósticos para que más adelante no ocurran inconvenientes y si ocurre saber cómo contrarrestarlos.

12.1 Estudio Financiero

Un estudio financiero de un proyecto tiene como objetivo detectar los recursos económicos para poder llevar a cabo un proyecto. Gracias a este análisis se calcula también el costo total del proceso de producción, así como los ingresos que se estiman recibir en cada una de las etapas del proyecto. La información generada durante este estudio financiero nos dirá la viabilidad del proyecto en términos económicos.

El estudio se describe a parir de la siguiente información detallada en tablas, así:

Tabla 31. Base de datos estudio financiero

BASE DE DATOS		
AUMENTO UDS. A FABRICAR	0,05	
AUMENTO COSTOS MATERIA PRIMA	0,03	
COMPRAS DE CONTADO	1	
AUMENTO PRECIO VENTA	0,05	
VENTAS DE CONTADO	1	
COSTOS NOMINAS	0,06	
COSTOS VARIOS	0,03	
GASTOS GENERALES	0,03	
PRECIO DE VENTA	0,1	
SALDO EN CAJA	100000	
TASA INTERES CREDITO	0,3	
AÑOS CREDITO	5	
IMPUESTO DE RENTA	0,34	
RESERVA LEGAL	0,1	
DTF	0,1	
INFLACION	0,03	
RENTABILIDAD	0,35	
CAPITAL TRABAJO	90	DIAS
DISMINUCION DE VENTAS	0,1	
TASA RIESGO	0,05	

Fuente: Propia de la investigación.

12.2 Ingresos, Costos y Gastos

Donde los ingresos son todos aquellos que la empresa recibe por concepto de las ventas del producto y la prestación del servicio. Los costos son todos aquellos desembolsos de forma directa, de donde la empresa ha tenido sus ingresos. Los gastos son todas aquellas erogaciones necesarias para facilitar los ingresos.

12.2.1 Gastos de Administración.

Son los gastos de la empresa que apoya todo lo relacionado a la venta del producto o prestación del servicio. Corresponde a los sueldos del personal administrativo, los suministros de oficina, por concepto de arrendamiento, por honorarios, servicio telefónico, internet, servicios públicos, gasto de mantenimiento, dotación y demás servicios generales de la empresa.

Tabla 32. Gastos de Administración

GASTOS ADMINISTRATIVOS							
	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
NOMINA			14.267.700	15.123.762	16.031.188	16.993.059	18.012.643
HONORARIOS	450.000	5.400.000	5.400.000	5.562.000	5.728.860	5.900.726	6.077.748
TELEFONO	30.000	360.000	360.000	370.800	381.924	393.382	405.183
MANTENIMEINTO	20.000	240.000	240.000	247.200	254.616	262.254	270.122
ELEMENTOS ASEO	20.000	240.000	240.000	247.200	254.616	262.254	270.122
PAPELERIA	20.000	240.000	240.000	247.200	254.616	262.254	270.122
FOTOCOPIAS	2.000	24.000	24.000	24.720	25.462	26.225	27.012
DEPRECIACION			821.500	821.500	821.500	821.500	821.500
SUBTOTAL			7.325.500	7.520.620	7.721.594	7.928.596	8.141.809
TOTAL GASTOS ADMINISTRACION			**21.593.200**	**22.644.382**	**23.752.781**	**24.921.655**	**26.154.452**

Fuente: Propia de la investigación.

12.2.2 Nomina.

Se detalla el sueldo del administrador del restaurante, se muestra el pago del sueldo incluyendo las prestaciones sociales a cargo de la empresa, estos se mostrarán tanto mensuales como anuales.

Tabla 33. Gastos de nómina

NOMINA PERSONAL DE ADMINISTRACION			
CARGO	SALARIO	TOTAL/MES CON PRESTACIONES	TOTAL AÑO CON PRESTACIONES
Adminsitrador	940.000	1.549.973	18.599.681

Fuente: Propia de la investigación.

A continuación, se presenta los diferentes cuadros de nóminas, el de administración, mano de obra directa y ventas, donde se evidencia un conjunto de empleados a los cuales se les va a remunerar por los servicios que han prestado a la empresa.

Esta es una forma ordenada de realizar el pago de sueldos o salarios de los trabajadores y a la vez esta proporciona información contable para la empresa y así poder llevar un control de los miembros de la empresa, el incremento de pago de nómina se proyectará en un 6% año a año.

Tabla 34. Total de nómina

TOTAL NOMINAS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
NOMINA MANO OBRA DIRECTA	33.499.394	35.509.358	37.639.920	39.898.315	42.292.214
NOMINA ADMINISTRACION	18.599.681	19.715.662	20.898.601	22.152.517	23.481.668
NOMINA VENTAS	19.059.458	20.203.026	21.415.207	22.700.120	24.062.127
TOTAL NOMINAS	71.158.534	75.428.046	79.953.728	84.750.952	89.836.009

Fuente: Propia de la investigación.

12.2.3 Gastos de Ventas

Estos gastos son originados por las ventas o para promoverlas.

Tabla 35. Gastos de ventas.

GASTOS EN VENTAS							
	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
NOMINA			19.059.458	20.203.026	21.415.207	22.700.120	24.062.127
PUBLICIDAD	100.000	1.200.000	1.200.000	1.236.000	1.273.080	1.311.272	1.350.611
SUBTOTAL			1.200.000	1.236.000	1.273.080	1.311.272	1.350.611
TOTAL GASTOS EN VENTAS			**19.059.458**	**22.675.026**	**23.961.367**	**25.322.665**	**26.763.348**

Fuente: Propia de la investigación.

12.3 Inversión del Proyecto

- **Inversión Fija:**

Es la incorporación de maquinaria y equipos, muebles, mesas y enseres, equipos de oficinas y equipo de cómputo y comunicación y demás herramientas necesarias para el funcionamiento de la empresa.

- **Gastos pre operativos:**

Son los gastos diferidos por servicios necesarios para el estudio e implementación del proyecto, no está sujeto a problemas o desgastes físicos, también hace parte de los gastos diferidos la constitución de la empresa.

- **Capital de trabajo:**

El capital de trabajo son aquellos recursos económicos, que requiere la empresa para empezar a operar. Estos recursos serán utilizados para atender operaciones de producción, distribución y venta de los productos ofrecidos, en el cual hacen parte el inventario de materias primas, cuentas por cobrar y pagar, dinero en efectivo, mano de obra, entre otros,

en donde estos recursos se deben tener disponibles a corto plazo no mayor a un año para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo. Para obtener el capital de trabajo se realizó una formula con datos suministrados en el estudio financiero, además se tuvo en cuenta un plazo de 3 meses para sostener la empresa y que esta operare inicialmente. Tabla 37.

A continuación, se muestra el cuadro de ingresos, costos y gastos ya expuestos anteriormente.

Tabla 36. Tabla Inversión del proyecto.

INVERSION INICIAL DEL PROYECTO			
INVERSION FIJA		**$**	**16.960.000**
TERRENOS	-		
EDIFICACIONES	-		
MAQUINARIA Y EQUIPO	12.750.000		
EQUIPO DE OFICINA	280.000		
EQUIPÒ DE COMPUTO	1.930.000		
EQUIPO DE TRANSPORTE	-		
OTROS	2.000.000		
GASTOS PREOPERATIVOS		**$**	**4.547.000**
Estudio de factibilidad	1.500.000		
Gastos de Constitucion	570.000		
Licencias y Permisos	100.000		
Gastos Inauguracion	50.000		
Adecuaciones e Instalaciones	1.000.000		
Publicidad inicial	50.000		
Software Contable	1.000.000		
Imprevistos	277.000		
CAPITAL DE TRABAJO		**$**	**42.981.489**
TOTAL INVERSION		**$**	**64.488.489**
FINANCIACION		**$**	**20.000.000**
INVERSION NETA		**$**	**44.488.489**

Fuente: Propia de la investigación.

Tabla 37. Tabla Discriminación del Capital de Trabajo.

CAPITAL DE TRABAJO		
		1 AÑO
COMPRA MATERIA PRIMA	$	75.039.446
MANO DE OBRA	$	33.499.394
COSTOS INDIRECTOS FABRICACION	$	22.995.000
GASTOS DE ADMINISTRACION	$	18.462.565
GASTOS EN VENTAS	$	15.929.550
GASTOS FINANCIEROS	$	6.000.000
TOTAL	**$**	**171.925.955**
DIVIDIDO POR 360 (1 año)	$	477.572
MULTIPLICADO 90 DIAS (3 MESES)	**$**	**42.981.489**

Fuente: Propia de la investigación.

Para la inversión del proyecto del restaurante de comidas típicas en la ciudad de Popayán es necesario contar con una inversión fija de $16,960.000, unos gastos preoperativos de $4,547.000 y un capital de trabajo de $42,981.489, para un total de inversión de $64.488.489, en donde se financiarán por un tercero $20.000.000 obteniendo una inversión neta de $44,488.489 para la realización del proyecto.

12.4 Evaluación financiera del proyecto (VPN, TIR, B/C) (Punto de equilibrio)

Tabla 38. Evaluación financiera del proyecto

EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO						
	INVERSION INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA	$ (44.488.489)	$ 18.701.608	$ 23.963.366	$ 39.283.211	$ 41.801.378	$ 51.483.680
VPN	10.120.322	VPN ,ayor a cero, el proyecto es rentable				
TIR	0,56	La verdadera rentabilidad es del 56%, el proyecto es rentable.				
B/C	1,32	B/C mayor a 1, los ingresos son mayores a los egresos, el proyecto es rentable. Por cada $1 invertido se obtiene $32				
RECUPERACION INVERSION	La inversión se recupera en 2 años y 17 dias					

Fuente: Propia de la investigación.

Se determinó que la TIR (Tasa Interna de Retorno) del proyecto es del 56%, la cual en relación a la tasa activa promedio del sistema bancario nacional (29.65%) es superior, demostrando que el proyecto es aceptable. Por otro lado, el VPN (Valor Presente Neto) siendo del 10,120 un valor positivo y mayor que cero, es un indicativo que el proyecto será rentable financieramente y por ende se deberá ejecutar esta iniciativa, en donde el proyecto es capaz de generar suficiente dinero para recuperar lo invertido ($44,488.489) y además generar ganancias.

Tasa de oportunidad accionista

DTF	0,10	
UTILIDAD	0,35	
TOTAL	0,45	45%

COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL (CPPC)

	TOTAL	% DE PARTICIPACION	TASA DESPUES IMP	CPPC
PASIVOS	20.000.000	0,31	0,198	0,061
PATRIMONIO	44.488.489	0,69	0,45	0,310
ACTIVO	64.488.489	1		
CPPC				0,37
TASA INFLACION PROMEDIO				0,03
TASA RIESGO				0,011
				0,41300191

Fuente: Propia de la investigación.

La tasa de oportunidad para el proyecto, de acuerdo a la política del inversionista siendo el DTF (Deposito a Termino Fijo), considerada como una referencia de lo que cuesta el dinero en Colombia de 0,10 y con una utilidad esperada del 0,35 anual, la tasa de oportunidad del accionista para este proyecto es del 45%, siendo el CCPP (Costo de Capital Promedio Ponderado) del 41% el cual es una tasa de descuento que mide el costo promedio que han tenido nuestros activos operativos, en función de la forma en que han sido financiados, para ente caso parte con recursos propios $44,488.489 y otra por terceros $20,000.000. donde Se entiende que esta tasa será la mínima de rendimiento requerida por la empresa para sus inversiones.

Periodo de recuperación del capital

El periodo de recuperación de capital es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL			
Año	**Flujo de caja**	**Acumulado**	**Pendiente**
0		$ (44.488.489)	$ (44.488.489)
1	$ 18.701.608	$ (25.786.881)	$ (25.786.881)
2	$ 23.963.366	$ (1.823.515)	$ (1.823.515)
3	**$ 39.283.211**	**$ 37.459.696**	
4	$ 41.801.378	$ 79.261.074	
5	$ 51.483.680	$ 130.744.754	

$$\textbf{PRC} = 2 + \frac{1.823.515 \times 360}{39.283.211}$$

PRC = 2 + 17 días

PRC = 2 años con 17 días

Fuente: Propia de la investigación

Se determinó que el periodo de recuperación del proyecto es de dos años con 17 días

Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO					
Gastos Fijos	39.831.158	42.025.908	44.346.489	46.800.275	49.395.079
Costos Variables	130.258.840	139.036.119	148.451.974	158.554.850	169.396.954
Ventas	186.124.800	214.974.144	248.295.136	286.780.882	331.231.919
Punto Equilibrio	132.702.749	118.971.801	110.283.140	104.670.043	101.098.219
Margen de seguridad	28,7%	44,7%	55,6%	63,5%	69,5%
PE: % sobre las ventas proyectadas	71,30%	55,34%	44,42%	36,50%	30,52%
Tiempo en que se alcanza el PE (Meses)	8,56	6,64	5,33	4,38	3,66

Fuente: Propia de la investigación

El punto de equilibro para este proyecto, donde las ventas se igualan a los costos totales (variables y fijos), haciendo que la utilidad sea cero, es decir donde la empresa no gana ni pierde, para el primer año los volúmenes de ventas para obtener las ganancias esperadas serán de 132.702.749, aplicando la siguiente fórmula para los años siguientes PE: GASTOS FIJOS/ (((1- (COSTOS VARIABLES/VENTAS)))

12.5 Depreciación y Amortización

El cuadro posterior presenta la depreciación y amortización; donde la depreciación es la desvalorización de los activos fijos, a razón de la vida útil de estos, por el paso del tiempo, desgaste, uso o desuso u otro carácter operativo u tecnológico. La amortización es un término contable y económico, por objeto del proceso de distribución en el tiempo del pago de cuotas para la financiación del proyecto.

Tabla 37. Depreciación acumulada, Equipo de oficina

MAQUINARIA Y EQUIPO DEPRECIACION	Cant	Costo unit	Costo total	Vida util	Depreciacion	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Estufa industrial	1	800.000	800.000	10	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000
Estufa mediana	1	500.000	500.000	10	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Bateria de cocina	1	500.000	500.000	10	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Nevera samsung 430 Litros	2	1.500.000	3.000.000	10	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
Nevera Haceb 430 Litros	1	1.800.000	1.800.000	10	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000
Licuadora Industrial	2	200.000	400.000	10	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
Olla eléctrica	3	80.000	240.000	10	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000
Juego de vajilla (4 puestos)	12	50.000	600.000	10	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000
Juego de cubiertos (3 unid)	60	3.500	210.000	10	21.000	21.000	21.000	21.000	21.000	21.000
Juego de vasos (6 unidades)	14	20.000	280.000	10	28.000	28.000	28.000	28.000	28.000	28.000
Mesas	17	120.000	2.040.000	10	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000	204.000
Asientos	68	35.000	2.380.000	10	238.000	238.000	238.000	238.000	238.000	238.000
TOTAL.....			12.750.000		1.275.000	1.275.000	1.275.000	1.275.000	1.275.000	1.275.000

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 38. Amortización Gastos pre operativos

AMORTIZACION GASTOS PREOPERATIVOS						
	VALOR TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS PREOPERATIVOS	4.547.000	909.400	909.400	909.400	909.400	909.400

Fuente: Propia de la investigación.

12.5 Estados Financieros

A continuación se presenta el estado de resultado, el estado de flujo de efectivo y el balance general; el estado de resultados es un estado financiero básico que muestra el resultado final de las operaciones de una empresa, es decir si se ha obtenido perdida o utilidad, el estado de flujo de efectivo es un estado financiero básico que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación, el objetivo del estado de flujo es determinar la capacidad de la organización de generar efectivo. El balance general es un estado financiero básico que muestra la situación financiera en una fecha determinada por lo general a 31 de diciembre de cada año.

Tabla 39. Estado de resultados.

ESTADO RESULTADOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS.....	186.124.800	214.974.144	248.295.136	286.780.882	331.231.919
COSTO DE VENTAS.....	131.533.840	140.311.119	149.726.974	159.829.850	170.671.954
UTILIDAD BRUTA.....	54.590.960	74.663.025	98.568.162	126.951.032	160.559.965
GASTOS ADMON	21.593.200	22.644.382	23.752.781	24.921.655	26.154.452
GASTOS VENTAS	19.059.458	20.203.026	21.415.207	22.700.120	24.062.127
AMORTIZACION DIFERIDOS	909.400	909.400	909.400	909.400	909.400
UTILIDAD OPERACIONAL	13.028.901	30.906.217	52.490.773	78.419.857	109.433.986
GASTOS NO OPERACIONALES					
GASTOS FINANCIEROS	6.000.000	5.336.511	4.473.975	3.352.678	1.894.992
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS.....	7.028.901	25.569.706	48.016.799	75.067.179	107.538.994
IMPUESTO DE RENTA	2.389.826	8.693.700	16.325.712	25.522.841	36.563.258
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS.....	4.639.075	16.876.006	31.691.087	49.544.338	70.975.736
RESERVA LEGAL	463.907	1.687.601	3.169.109	4.954.434	7.097.574
UTILIDAD NETA.....	4.175.167	15.188.406	28.521.978	44.589.904	63.878.163

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 40. Estado de flujo de efectivo.

FLUJO DE EFECTIVO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS EFECTIVO.....	**186.124.800**	**214.974.144**	**248.295.136**	**286.780.882**	**331.231.919**
EGRESOS DE EFECTIVO					
COMPRAS DE MATERIA PRIMA CONTADO	75.039.446	81.155.161	87.769.307	189.845.010	102.658.689
MANO OBRA	28.060.000	29.743.600	31.528.216	33.419.909	35.425.103
COSTOS IND. DE FABRICACION	21.720.000	22.371.600	23.042.748	23.734.030	24.446.051
GASTOS DE ADMINISTRACION	18.462.565	19.375.199	20.336.737	21.349.939	22.417.722
GASTOS EN VENTAS	15.929.550	16.885.323	17.898.442	18.972.349	20.110.690
RETENCIONES Y APORTES DE NOMINA		949.465	1.006.433	1.066.819	1.130.828
OBLIGACIONES LABORALES		9.928.973	10.524.711	11.156.194	11.825.565
GASTOS FINANCIEROS	6.000.000	5.336.511	4.473.975	3.352.678	1.894.992
ABONOS AL CREDITO	2.211.631	2.875.120	3.737.656	4.858.953	6.316.639
IMPUESTO DE RENTA		2.389.826	8.693.700	16.325.712	25.522.841
TOTAL EGRESOS DE EFECTIVO.....	**167.423.192**	**191.010.778**	**209.011.925**	**244.979.505**	**235.928.704**
SALDO NETO.....	**18.701.608**	**23.963.366**	**39.283.211**	**41.801.378**	**95.303.215**
SALDO INICIAL DE EFECTIVO	42.981.489	61.683.097	85.646.463	124.929.674	166.731.051
SALDO FINAL DE EFECTIVO.....	**61.683.097**	**85.646.463**	**124.929.674**	**166.731.051**	**262.034.267**

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 41. Estado de situación financiera.

BALANCE GENERAL					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE	61.683.097	85.646.463	124.929.674	166.731.051	262.034.267
CAJA	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
BANCOS	61.583.097	85.546.463	124.829.674	166.631.051	261.934.267
ACTIVO NO CORRIENTE	18.501.100	15.495.200	12.489.300	9.483.400	6.477.500
PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	14.863.500	12.767.000	10.670.500	8.574.000	6.477.500
TERRENOS	-	-	-	-	-
EDIFICACIONES	-	-	-	-	-
MAQUINARIA Y EQUIPO	12.750.000	12.750.000	12.750.000	12.750.000	12.750.000
EQUIPO DE OFICINA	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000
EQUIPO DE COMPUTO	1.930.000	1.930.000	1.930.000	1.930.000	1.930.000
VEHICULOS	-	-	-	-	-
OTROS	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
DEPRECIACION ACUMULADA	2.096.500	4.193.000	6.289.500	8.386.000	10.482.500
DIFERIDOS	3.637.600	2.728.200	1.818.800	909.400	-
GASTOS DIFERDIOS	4.547.000	4.547.000	4.547.000	4.547.000	4.547.000
AMORTIZACION DIFERIDOS	909.400	1.818.800	2.728.200	3.637.600	4.547.000
TOTAL ACTIVO……..	80.184.197	101.141.663	137.418.974	176.214.451	268.511.767
PASIVO					
PASIVO CORRIENTE	15.479.895	23.099.964	32.286.381	27.517.770	50.297.035
OBLIGACIONES FINANCIERAS	2.211.631	2.875.120	3.737.656	4.858.953	-
RETENCIONES Y APORTES DE NOMINA	949.465	1.006.433	1.066.819	1.130.828	1.198.678
OBLIGACIONES LABORALES	9.928.973	10.524.711	11.156.194	11.825.565	12.535.099
IMPUESTO DE RENTA	2.389.826	8.693.700	16.325.712	25.522.841	36.563.258
IMPUESTO SOBRE LAS VENTAS POR PAGAR	-	-	-	(15.820.418)	-
PASIVO NO CORRIENTE	15.576.738	12.038.129	7.437.936	1.457.686	-
OBLIGACIONES FINANCIERAS	15.576.738	12.038.129	7.437.936	1.457.686	-
TOTAL DEL PASIVO……..	31.056.633	35.138.093	39.724.317	28.975.456	50.297.035
PATRIMONIO					
CAPITAL SOCIAL	44.488.489	44.488.489	44.488.489	44.488.489	44.488.489
RESERVA LEGAL	463.907	2.151.508	5.320.617	10.275.051	17.372.624
UTILIDAD DEL EJERCICIO	4.175.167	15.188.406	28.521.978	44.589.904	63.878.163
PERDIDA DEL EJERCICIO					
UTILIDADES ACUMULADAS		4.175.167	19.363.573	47.885.551	92.475.456
PERDIDAS ACUMULADAS					
PATRIMONIO……..	49.127.564	66.003.570	97.694.657	147.238.995	218.214.732
PASIVO MAS PATRIMONIO……..	80.184.197	101.141.663	137.418.974	176.214.451	268.511.767

Fuente: Propia de la investigación.

Tabla 42 Ingresos

INGRESOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UNIDADES VENDIDAS	56.568	59.396	62.366	65.485	68.759
PRECIO VENTA PROMEDIO	3.290	3.619	3.981	4.379	4.817
VENTA TOTAL	186.124.800	214.974.144	248.295.136	286.780.882	331.231.919
IMPUESTO A LAS VENTAS	-	-	-	-	-
TOTAL VENTAS	186.124.800	214.974.144	248.295.136	286.780.882	331.231.919
VENTAS DE CONTADO	186.124.800	214.974.144	248.295.136	286.780.882	331.231.919
VENTAS DE CONTADO	186.124.800	214.974.144	248.295.136	286.780.882	331.231.919

Fuente: Propia de la investigación.

Restaurante de comidas típicas Tradición de Faby desempeñará un buen manejo administrativo tomando las mejores decisiones.

El proyecto muestra una situación financiera favorable, el cual se evidencia por medio de la ecuación patrimonial, demostrando la viabilidad del negocio ya que la utilidad del ejercicio es positiva durante los cinco primeros años de la operación

12.6 Impacto Social y Ambiental

La responsabilidad social empresarial hoy en día, es un compromiso de todos, para el mejoramiento y mantenimiento de los recursos del entorno, que tanto daño han tenido con el pasar de los años por la falta de conciencia y el afán de generar riquezas, es por ello que debemos generar acciones sociales responsables y ecológicamente racionales con el medio amiente y con quienes lo habitan. Según la Red Internacional Foro Empresa, compuesta por Business for Social Responsibility de EE.UU refiere que responsabilidad social empresarial es una "visión de negocios que integra en la estrategia empresarial el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente". (Salazar, 2010) Por esta razón se deben generar estrategias en busca de un equilibrio socioeconómico y ambiental.

El restaurante de comida típica tradición de Faby, tiene como objetivo aportar a la disminución de los impactos ambientales y contribuir de manera positiva a la sociedad y crecimiento de la región. En cuanto al aporte social, la empresa se compromete a generar empleo a jóvenes universitarios o recién egresados, con el fin de brindar oportunidades de empleo y crecimiento ya que este tipo de población es bastante vulnerada para este tipo de oportunidades, para el caso del personal encargado de la preparación de los alimentos se tendrán en cuenta personal egresados del SENA, de los extractos 1 y 2. También la empresa se encargará de brindar capacitaciones a todo el personal en atención al servicio al cliente, salud ocupacional, manejo de residuos, entre otros con el fin de mejorar los productos y servicios además de mantener un pleno bienestar y motivación de los colaboradores.

Por otra parte, la responsabilidad ambiental, también hace parte de las metas que está comprometida la organización. En este caso se implementará un sistema de reciclaje, acompañada de una capacitación para las buenas prácticas ambientales, donde cada residuo se depositará en el lugar correspondiente, lo que resulte del reciclaje se reutilizará para el beneficio del restaurante, además de realizar convenios con entidades que recolecten los residuos que se puedan generar. También se pretende generar una cultura de ahorro bien sea del agua y la energía para contrarrestar tanto gastos como impactos negativos al medio ambiente.

13. Conclusiones

De acuerdo al desarrollo del estudio de factibilidad realizado, se pudo evidenciar que la ejecución del proyecto, el restaurante de comidas típicas tradición de Faby, es viable por las siguientes razones:

En el análisis obtenido en el estudio de mercado, se identificó que existe un alto volumen de demanda, segmentada entre los estratos 3, 4 y 5, entre las edades de 20 a 59 años, junto con la demanda de turistas nacionales y extranjeros, que tiene gran aceptación por las comidas típicas de la ciudad y suelen salir a comer por fuera de casa, lo que posibilita la realización del proyecto. Por otro lado, se evidenció que existe una competencia en el mercado de mediana aceptación, lo cual hace necesario que la empresa adopte rápidamente estrategias que le permitan darse a conocer más rápido.

Con el estudio técnico, también se logró identificar factores claves como conocer la micro-localización más factible, que, para este caso, se encuentra ubicado en un sector histórico, cultural, comercial, universitario y turístico de la ciudad, lo que permite encontrar un nivel óptimo de demanda. Así mismo se pudo conocer la distribución y equipos que mejor se acomodan a las necesidades y al lugar de implantación.

Financieramente podemos determinar, de acuerdo a los resultados obtenidos que el proyecto es rentable, debido a que muestra una situación financiera favorable, el cual se evidencia por medio de la ecuación patrimonial, demostrando la viabilidad del negocio ya que la utilidad del ejercicio es positiva durante los cinco primeros años de la operación.

En el estudio financiero se estableció que la inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto, es de $64.488.500, donde se requiere un apalancamiento del 31% y el tiempo de recuperación de la inversión es de 2 años y 17 días con una TIR del 56%.

Con la estructura organizacional y legal, se pudo definir los puestos y funciones de cada cargo para el correcto funcionamiento de la empresa, además de definir la estructura organizacional más conveniente y establecer las obligaciones legales y aspectos tributarios que corresponden.

Por ultimo existe un compromiso por pare de la empresa, con la responsabilidad social y ambiental, fundamentada con base a unos objetivos y metas claras para lograr que la población se beneficie con la ayuda y el apoyo que se ofrece tanto a la comunidad con el medio ambiente.

14. Recomendaciones

- Con base al estudio realizado a la evaluación financiera del análisis de sensibilidad, se sugiere implementar estrategias que permitan mantener los ingresos proyectados, especialmente en temporada baja (vacaciones y fin de año).

- Se recomienda realizar un posicionamiento de la empresa por medio de las redes sociales facebook e instagram, además de hacer presencia en eventos de la ciudad como la semana santa y el congreso gastronómico, generando recordación de marca en las personas.

- Se recomienda estandarizar las preparaciones y recetas para evitar, diferentes sazones, logrando de esta manera mantener la calidad, preferencia y satisfacción del cliente.

Bibliografía

(s.f.).

Alzate, J. (2002). *Administración y costos de cocina.* Marvitel Ltda.

ANTOJANDO ANDO. (s.f.). *ENVUELTOS DE MAIZ*. Obtenido de https://antojandoando.com/recetas/envueltos-de-maiz/

COLOMBIA MAGICA. (2019). *PLATOS TIPICOS Y POPULARES DE COLOMBIA* . Obtenido de https://www.colombiamagica.co/gastronomia/

COMIDAS TIPICAS DE POPAYAN . (14 de NOVIEMBRE de 2016). *COMIDAS TIPICAS DE POPAYAN* . Obtenido de http://menesescruzyuliana.blogspot.com/2016/11/salpicon-payanes.html

CONTABILIDAD Y FIANANZAS. (25 de MAYO de 2010). *VALOR PRESENTE NETO*. Obtenido de http://wwwcontabilidadyfinanzasjenn.blogspot.com/2010/05/el-valor-presente-neto-vpn-es-el-metodo.html

CUIDA TU DINERO. (01 de FEBRERO de 2018). *¿QUE ES EVALUACION FINANCIERA DE PROYECTOS?* Obtenido de https://www.cuidatudinero.com/13117543/que-es-la-evaluacion-financiera-de-proyectos

DIVISION DE COMPENSACION DE TRABAJADORES. (s.f.). *LA SALUD Y SEGURIDAD DEL PERSONAL DE RESTAURANTES*. Obtenido de https://www.tdi.texas.gov/pubs/videoresourcessp/spstpwaitstaff.pdf

ECONOMIPEDIA. (2019). *COMPETENCIA*. Obtenido de https://economipedia.com/definiciones/competencia.html

ECOSEG CONSULTORES SA. (21 de MAYO de 2016). *¿QUE ES RESPONSABILIDAD AMBIENTAL EMPRESARIAL*. Obtenido de https://ecoseg.org/2016/05/21/responsabilidad-ambiental-empresarial/

EL ESPECTADOR . (19 de ABRIL de 2019). *EMPANADAS DE PIPIAN EL BOCADO PERFECTO EN SEMANA SANTA*. Obtenido de https://www.elespectador.com/cromos/gastronomia/empanadas-de-pipian-el-bocado-perfecto-para-esta-semana-santa-articulo-851260

EL HERALDO. (09 de NOVIEMBRE de 2017). *Sector gastronómico mueve ventas por $38 billones anuales*. Obtenido de https://www.elheraldo.co/economia/sector-gastronomico-mueve-ventas-por-38-billones-anuales-421296

EL NUEVO LIBERAL. (02 de ABRIL de 2019). *Sube el desempleo en Popayán y preocupan los niveles de pobreza*. Obtenido de http://elnuevoliberal.com/sube-el-desempleo-en-popayan-y-preocupan-los-niveles-de-pobreza/

EMPRENDE PYME. (s.f.). *QUE ES UN ESTUDIO DE MERCADO*. Obtenido de https://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html

ENCOLOMBIA. (2019). *CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO*. Obtenido de https://encolombia.com/derecho/codigos/codigo-sustantivo-trabajo/contrato-individual-trabajo/

ESCUELA DE INGENIERIA Y TELECOMUNICACIONES. (s.f.). *DEFINICION DE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.* Obtenido de http://apuntesduoc.pbworks.com/f/Estudio+de+factibilidad+II.pdf

GATRONOMIA DE POPAYAN . (02 de NOVIEMBRE de 2011). *BEBIDAS TIPICAS* . Obtenido de http://wwwgastronomiadepopayan.blogspot.com/

GESTIOPOLIS. (23 de OCTUBRE de 2012). *ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL, TIPOS DE ORGANIZACION Y ORGANIGRAMAS*. Obtenido de https://www.gestiopolis.com/estructura-organizacional-tipos-organizacion-organigramas/

GRUPO DE INVESTIGACION Y EVALUCION DE PROGRAMAS Y PROYECTOS . (2001). *FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION, MANUAL RESUMIDO DE GESTION DE PROYECTOS.* Obtenido de http://gyepro.univalle.edu.co/documentos/gestion/factibilidad.pdf

Jimenez, P. (s.f.). *ANALISIS DEL SECTOR GASTRONOMICO EN COLOMBIA*. Obtenido de https://es.scribd.com/document/259091359/Analisis-Del-Sector-Gastronomico-de-Colombia

MUY PYMES. (05 de FEBRERO de 2019). *QUE ES UN PLAN DE NEGOCIO.* Obtenido de https://www.muypymes.com/2019/02/05/que-es-un-plan-de-negocio

ORTEGON, D. G. (13 de JUNIO de 2015). *El sector gastronómico creció 22% en el último año con 90.000 restaurantes*. Obtenido de https://www.larepublica.co/ocio/el-sector-gastronomico-crecio-22-en-el-ultimo-ano-con-90000-restaurantes-2266206

OSH WIKI. (01 de MARZO de 2016). *ASPECTOS GENERALES DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO* . Obtenido de https://oshwiki.eu/wiki/Aspectos_generales_de_seguridad_y_salud_en_el_trabajo_(SST)

POLICONOMICS. (2017). *OFERTA Y DEMANDA*. Obtenido de https://policonomics.com/es/oferta-demanda/

RECETAS DE COMIDA CAUCANA . (13 de NOVIEMBRE de 2015). *CARANTANTA Y EMPANADAS DE PIPIAN* . Obtenido de http://comidapayanesa.blogspot.com/2015/11/carantanta-y-empanadas-de-pipian.html

revista dinero. (18 de febrero de 2015). *El negocio de la comida se reinventa en Colombia tras un mal 2017.* Obtenido de https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/como-van-los-restaurantes-en-colombia-2018/255322

REVISTA DINERO. (25 de OCTUBRE de 2018). *El gran crecimiento que ha tenido el turismo gastronómico en Colombia*. Obtenido de https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/balance-del-turismo-gastronomico-en-colombia-en-2018/263490

SABORES DE COLOMBIA . (19 de MAYO de 2011). *LAS MEJORES RECETAS DE COMIDA COLOMBIANA* . Obtenido de http://saboreandoacolombia.blogspot.com/2011/05/tamal-de-pipian.html

Salazar, M. A. (2010). *PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UN RESTAURANTE DE SERVICIO DOMICILIARIO DE PIZZA GOURMET NUTRITIVA A LOS COLEGIOS UBICADOS EN LA UPZ GUAYMARAL Y LA UPZ LA ACADEMIA.* Obtenido de https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis357.pdf

SURA . (2019). *ELEMENTOS DE PROTECCION PERSONAL* . Obtenido de https://www.arlsura.com/index.php/component/content/article/75-centro-de-documentacion-anterior/equipos-de-proteccion-individual-/1194--sp-3393

TEMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS AGROPECUARIAS. (18 de MARZO de 2008). *ESTUDIO TECNICO*. Obtenido de http://admluisfernando.blogspot.com/2008/04/ii-estudio-tecnico.html

ZONA ECONOMICA. (2019). *ESTUDIO FINANCIERO*. Obtenido de https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero

LÓPEZ CASTAÑO. Hugo. El Comportamiento de la Oferta y de la Tasa de Desempleo. Bogotá : Escala, 2000. 129 p. (ISBN es opcional)

Cid, A., Méndez, R., & Sandoval, F. (2011). *Investigación. Fundamentos y metodología Segunda edición*. Retrieved from https://josedominguezblog.files.wordpress.com/2015/06/investigacion-fundamentos-y-metodologia.pdf

Isabel Vásquez Hidalgo. (2005). Tipos de estudio y métodos de investigación - GestioPolis. Retrieved March 6, 2019, from https://www.gestiopolis.com/tipos-estudio-metodos-investigacion/

Matias Riquelme. (2018). Metodología de la investigación - Web y Empresas. Retrieved March 6, 2019, from https://www.webyempresas.com/metodologia-de-la-investigacion/

13. Glosario

FACTIBILIDAD: el estudio de factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto.

PLAN DE NEGOCIO: un plan de negocio es una declaración formal de un conjunto de objetivos de una idea o iniciativa empresarial, que se constituye como una fase de proyección y evaluación. Se emplea internamente por la administración para la planificación de las tareas, y se evalúa la necesidad de recurrir a bancos o posibles inversores, para que aporten financiación al negocio.

ESTUDIO DE MERCADO: el estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes**,** competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios**,** lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

ESTUDIO TECNICO: el estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción.

ESTUDIO FINANCIERO: el estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL: la estructura organizacional es la división de todas las actividades de una empresa que se agrupan para formar áreas o departamentos, estableciendo autoridades, que a través de la organización y coordinación buscan alcanzar objetivos.

RESPONSABILIDAD AMBIENTAL EMPRESARIAL: la responsabilidad ambiental empresarial es un conjunto de mecanismos de producción que deben aplicar las empresas

para minimizar los impactos que producen al medio ambiente, es decir, conseguir una producción más limpia, en el espacio donde desarrollan sus actividades de producción. De esta manera contribuyen a mejorar la calidad de vida de los habitantes de los alrededores.

PLATOS TIPICOS: los platos típicos son los más representativos de cada región que le imponen un toque mágico de sabor y sazón inigualables.

COMPETENCIA: aquella situación en la que existe un indefinido número de compradores y vendedores, que intentan maximizar su beneficio o satisfacción, y en la que los precios están determinados únicamente por las fuerzas de la oferta y la demanda.

OFERTA: es el conjunto de ofertas hechas en el mercado por los bienes y servicios a la venta.

DEMANDA: es el valor global del mercado que expresa las intenciones adquisitivas de los consumidores.

SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO: Tanto las empresas como los empresarios están obligados a mejorar la seguridad y la salud de sus empleados mediante la prevención de riesgos laborales, evitando de esta manera que se produzcan accidentes laborales y enfermedades profesionales que puedan afectar a la calidad de vida de los trabajadores. Para conseguir este objetivo las empresas tienen que poner en práctica medidas de seguridad y salud laboral basadas en la evaluación de riesgos y en la legislación pertinente.

CONTRATO LABORAL: es aquel por el cual una persona natural se obliga a prestar un servicio personal a otra persona, natural o jurídica, bajo la continuada dependencia o subordinación de la segunda y mediante remuneración.

INVERSION FIJA: se refiere a la inversión en capital fijo o a la sustitución de depreciado capital fijo, tales como maquinaria, terrenos, edificios, instalaciones, vehículos o tecnología.

EVALUACION FINANCIERA: una evaluación financiera de proyectos es una investigación profunda del flujo de fondos y los riesgos, con el objeto de determinar un eventual rendimiento de la inversión realizada en el proyecto.

TIR: la definición de Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de rentabilidad que proporciona una inversión, considerándose el porcentaje de pérdida o beneficios que tendrá dicho negocio para las cantidades invertidas. Se trata de un medidor empleado en la evaluación de proyectos de inversión íntimamente ligado con el Valor Actual Neto.

VPN: El Valor Presente Neto (VPN) es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: MAXIMIZAR la inversión. El Valor Presente Neto permite determinar si dicha inversión puede incrementar o reducir el valor de las PyMES. Ese cambio en el valor estimado puede ser positivo, negativo o continuar igual. Si es positivo significará que el valor de la firma tendrá un incremento equivalente al monto del Valor Presente Neto. Si es negativo quiere decir que la firma reducirá su riqueza en el valor que arroje el VPN. Si el resultado del VPN es cero, la empresa no modificará el monto de su valor.

14. ANEXOS

ENCUESTA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN RESTAURANTE DE COMIDAS TÍPICAS EN LA CIUDAD DE POPAYAN.

La siguiente encuesta tiene la finalidad de identificar el perfil del cliente, gustos, preferencias y comportamiento de compra para analizar la factibilidad de la creación de empresa de un restaurante de comidas típicas en la ciudad de Popayán. Esta encuesta es elaborada con fines académicos de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, agradecemos su colaboración al realizarla.

Marque con una x su respuesta.

Edad _____

Género: **A.** M **B.** F

Estrato: _____

1. ¿Acostumbra, salir a comer a restaurantes?
   a) Si
   b) No

2. ¿Qué opinión le merece, las comidas típicas de la ciudad?
   a) Muy interesante
   b) Interesante
   c) Neutro
   d) Poco interesante
   e) Nada interesante

3. ¿Cuándo usted desea degustar comidas típicas de la ciudad, que lugares visita?
   a) Caucana de Dulces Típicos
   b) Cocina Tradicional de Pipián
   c) Mora castilla
   d) Cefetería La fresa Centro
   e) Empanadas las Patojas
   f) Otro, ¿Cuál?_____

4. ¿Con que frecuencia, acostumbra visitar estos lugares?
   a) Diariamente
   b) Semanalmente
   c) Quincenalmente
   d) Mensualmente

5. ¿Qué medio digital utiliza normalmente usted para estar informado?
   a) Facebook
   b) Instagram
   c) Twitter
   d) WhatsApp

6. En promedio, ¿Cuál es el presupuesto que estaría dispuesto a pagar en este tipo de restaurantes?
   a) $5.000 a $10.000 b)
   $10.000 a $20.000
   c) Mas de $ 20.000

7. ¿Qué Elementos influyen en la elección de un restaurante de comidas típicas de la ciudad?
   a) Facilidad para llegar
   b) Atención al cliente
   c) Variedad del menú
   d) Por recomendación

8. ¿Qué comidas típicas de la ciudad, desearía probar?
   a. Champús
   b. Aloha
   c. Salpicón Payanés
   d. Carantanta
   e. Tamales de pipián
   f. Empanadas de pipián
   g. Otro, ¿Cuál?_____

9. ¿Qué otras opciones le gustaría encontrar en el menú de comidas típicas?
   a. Snacks gourmet
   b. Vinos
   c. Postres
   d. ¿Otro, cuál? _____

10. ¿Porque regresaría a un restaurante de comidas típica?
    a. Por la calidad de la comida
    b. Por el buen servicio
    c. Por la ambientación del lugar
    d. Otra, ¿Cuál? _____

Gracias por su tiempo y colaboración.