

ANÁLISIS DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL RESTAURANTE BAR
“TÁSTARO” EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI

RONI FERNEY HERNÁNDEZ VÉLEZ

LEIDY LORENA SANTACRUZ MALDONADO

ANA MILENA TOSSE HOYOS

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2017

ANÁLISIS DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL RESTAURANTE BAR
“TÁSTARO” EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI

RONI FERNEY HERNÁNDEZ VÉLEZ

LEIDY LORENA SANTACRUZ MALDONADO

ANA MILENA TOSSE HOYOS

Anteproyecto presentado para optar al título de Administrador de empresas

Director de trabajo de grado: Luz Elena Moreno

Asesor: Jairo Linar Flor Suarez

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2017

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del jurado

Firma del jurado

Cali, 15 de noviembre de 2017

DEDICATORIA

A mis seres queridos y compañeros de trabajo, que en muchos días me apoyaron con su tiempo y apoyo para poder cada día lograr mi objetivo a través de mi sacrificio también quiero agradecerles a mis profesores que me ayudaron con mi desarrollo profesional y académico de todo corazón que dios los bendiga.

Roni Ferney Hernández Vélez

A mi esposo e hija quienes me han apoyado en este proceso y con quienes tenido que hacer muchos sacrificios por el tiempo dedicado a mi estudio en la Universidad, anhelando que este sea motivo de alegrías y superación.

Leidy Lorena Santacruz Maldonado

Deseo brindar este proyecto, a mi familia que con su gran apoyó y perseverancia me han acompañado durante todo el proceso de mi carrera, además de que son mi fuente de motivación e inspiración.

Ana Milena Tosse Hoyos

AGRADECIMIENTOS

Dedico este trabajo a mi familia, por su valeroso tiempo y apoyo, a la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium por haber aportado a nuestra formación una serie de valores humanos, éticos, y profesionales y a mis compañeros de trabajo.

Roni Ferney Hernández Vélez

Dedico este trabajo y Título a Dios, a mi esposo a mi hija los cuales día a día llenan mi vida de motivos por salir adelante, a mis padres por brindarme el apoyo necesario para continuar con mis estudios.

Leidy Lorena Santacruz Maldonado

Deseo agradecer a mi familia y amigos por su apoyo total, a la universidad que me ofreció sus conocimientos, brindó asesoría en todo el proceso de formación académica para este proyecto de grado.

Ana Milena Tosse Hoyos

CONTENIDO

	Pág.
1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROYECTO	20
1.1 TITULO DEL PROYECTO	20
1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	20
1.3 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	23
1.5 JUSTIFICACIÓN	24
1.6 MARCO DE REFERENCIA	24
1.7 ASPECTOS METODOLÓGICOS	32
2 ANÁLISIS DEL MERCADO	37
2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR.....	37
2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO	40
2.3 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO	44
2.4 PLAN DE MERCADEO.....	69
3 ESTUDIO TÉCNICO.....	80
3.1 INTRODUCCIÓN.....	80
3.2 INGENIERÍA DEL PROYECTO	80

3.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	109
3.4 TAMAÑO DEL PROYECTO	110
4 ORGANIZACIONAL Y LEGAL.....	115
4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	115
4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	116
4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL.....	129
4.4 PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL	129
4.5 PROCESO DE CONTRATACIÓN	130
4.6 PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DE PERSONAL	131
4.7 FUNDAMENTACIÓN CARGOS Y FUNCIONES ESTRATÉGICAS	132
5 VIABILIDAD ECONÓMICA DEL PROYECTO	143
5.1 INVERSIÓN.....	143
5.2 PARÁMETROS GENERALES	146
5.3 GASTOS GENERALES.....	150
5.4 COSTOS UNITARIOS DEL PRODUCTO	152
5.5 PROYECCIÓN DE COSTOS Y VENTAS	155
5.6 PROYECCIONES.....	158
6 CONCLUSIONES.....	178

7	RECOMENDACIONES.....	179
8	REFERENCIAS	180

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Activos fijos.....	143
Tabla 2. Activos diferidos.....	145
Tabla 3. Capital de trabajo.....	145
Tabla 4. Parámetros económicos	146
Tabla 5. Parámetros laborales	147
Tabla 6. Cargos y salarios	147
Tabla 7. Parámetros de recaudos.....	148
Tabla 8. Parámetros de pago	148
Tabla 9. Registro mercantil.....	148
Tabla 10. Parámetros de gastos.....	149
Tabla 11. Gastos	151
Tabla 12. Demanda	152
Tabla 13. Costo ensalada verde	153
Tabla 14. Costo ensalada crocante	153
Tabla 15. Costo arroz verde	154
Tabla 16. Costo bitter cordial	154
Tabla 17. Costo raspberry fresh lemon squash.....	154
Tabla 18. Costo polynet.....	155
Tabla 19. Margen de rentabilidad y precio	155
Tabla 20. Distribución porcentaje de ventas al mes por producto	156
Tabla 21. Proyección en ventas y costos de producción.....	157
Tabla 22. Proyección nomina administración.....	158
Tabla 23. Proyección nomina producción	159
Tabla 24. Proyección impuesto al consumo.....	161
Tabla 25. Proyección recaudo en pesos	161
Tabla 26. Proyección en pagos.....	161

Tabla 27. Balance general proyectado sin financiación en pesos	162
Tabla 28. Balance general proyectado con financiación en pesos	163
Tabla 29. Estado de resultados sin financiación en pesos	164
Tabla 30. Estado de resultados con financiación en pesos.....	165
Tabla 31. Flujo de caja sin financiación	166
Tabla 32. Flujo de caja con financiación	167
Tabla 33. Análisis vertical balance general proyectado sin financiación en pesos	168
Tabla 34. Análisis Vertical Balance General proyectado con financiación en pesos	169
Tabla 35. Análisis vertical estado de resultados sin financiación en pesos	170
Tabla 36. Análisis vertical estado de resultados con financiación en pesos	171
Tabla 37. Análisis horizontal balance general proyectado sin financiación en pesos	172
Tabla 38. Análisis horizontal balance general proyectado con financiación en pesos	173
Tabla 39. Análisis horizontal estado de resultados con financiación en pesos....	175
Tabla 40. Punto de equilibrio en unidades	175
Tabla 41. Razones financieras para estados financieros sin financiación	176
Tabla 42. Razones financieras para estados financieros con financiación.....	176
Tabla 43. Análisis de sensibilidad	177

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Diagrama de Pepsu	102
Figura 2. Proceso de atención	103
Figura 3. Mapa barrio Peñón	110
Figura 4. Organigrama.....	117

LISTA DE IMÁGENES

	Pág.
Imagen 1. Menú 1: ensalada verde (para 4 personas)	86
Imagen 2. Menú 2: ensalada crocante (para 12 personas)	87
Imagen 3. Menú 3: arroz verde	88
Imagen 4. Coctel 1: bitter cordial	89
Imagen 5. Coctel: raspberry fresh lemon squash	90
Imagen 6. Coctel: polynet	91
Imagen 7. Plano restaurante bar Tástaro.....	113

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Variables	33
Cuadro 2. Constitución de sociedades por organización jurídica y actividad económica	39
Cuadro 3. Proyecciones de población según total, cabecera y resto en Cali 2009-2015	41
Cuadro 4. Análisis DOFA.....	45
Cuadro 5. Competidor 1 “Frutos del Sol Bio-Restaurante”	47
Cuadro 6. Competidor 2 “Restaurante Kiva”	49
Cuadro 7. Competidor 3 “Restaurante Semilla de Mostaza”	50
Cuadro 8. Competidor 4 “Restaurante Mirringa Mirronga”	51
Cuadro 9. Competidor 5 “Kibbes Fusión”	52
Cuadro 10. Matriz de competidores	53
Cuadro 11. Edad de los encuestados	56
Cuadro 12. Salario encuestados.....	57
Cuadro 13. Pregunta 1 “que tan a menudo consume alimentos en restaurantes”	58
Cuadro 14. Pregunta 2 como le gustaría la atención en un restaurante.....	59
Cuadro 15. Pregunta 3 cuál es el medio más común con el cual usted se entera o conoce sobre un restaurante	61
Cuadro 16. Pregunta 4 porque le gusta la comida saludable	62
Cuadro 17. Pregunta 5 que menú le gustaría encontrar en un restaurante.....	63
Cuadro 18. Pregunta 6 qué clase de bebidas le gustaría encontrar en un bar	64
Cuadro 19. Pregunta 7 a qué edad cree usted que se debe empezar a comer saludable	65
Cuadro 20. Pregunta 8 cuál cree que sería una desventaja de la comida saludable	65

Cuadro 21. Pregunta 9 qué tipo de música le gustaría encontrar en un restaurante y bar respectivamente	67
Cuadro 22. Pregunta 10 como le gustaría que fuera la decoración y el ambiente del restaurante.....	68
Cuadro 23. Publicidad	73
Cuadro 24. Actividades elaboración de cocteles.....	83
Cuadro 25. Actividades elaboración de alimentos	84
Cuadro 26. Inventario de productos.....	85
Cuadro 27. Ponderación	92
Cuadro 28. Calificación de méritos	93
Cuadro 29. Batidora Sinmag SM-101	94
Cuadro 30. Cafetera de goteo TH.....	94
Cuadro 31. Estufa SCE 85-6E	95
Cuadro 32. Cubicadora de Hielo icemantic modular M202	96
Cuadro 33. Granizadora i-pro 1E	97
Cuadro 34. Licuadora eclipse HBH 750 hamil ton beach	97
Cuadro 35. Horno microondas MenuMaster MCS10TS	98
Cuadro 36. Congelador LUC 350F	98
Cuadro 37. Congelador LFB 771PC	99
Cuadro 38. Tostador Sannic TP-20	100
Cuadro 39. Diagrama de Gantt.....	101
Cuadro 40. Maquinaria y equipo	105
Cuadro 41. Cuadro de equivalencias para la cocina	106
Cuadro 42. Costos indirectos de fabricación.....	107
Cuadro 43. Costos ensalada verde.....	107
Cuadro 44. Costos ensalada crocante	108
Cuadro 45. Costos arroz verde	108
Cuadro 46. Costos bitter cordial.....	108
Cuadro 47. Costos raspberry fresh lemon squash	109
Cuadro 48. Costo polynet	109

Cuadro 49. Clases de riesgos.....	120
Cuadro 50. Descripción cargo Gerente.....	124
Cuadro 51. Descripción cargo Jefe de cocina.....	125
Cuadro 52. Descripción cargo ayudante del chef.....	126
Cuadro 53. Descripción cargo- Barman	127
Cuadro 54. Descripción cargo servicios generales	128

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Cotización pauta radial	184
Anexo 2. Cotización material P.O.P. Brochure.....	186
Anexo 3. Eslogan.....	187
Anexo 4. Formato encuesta	187
Anexo 5. Encuesta análisis de viabilidad para la creación del restaurante bar "Tästaro"	188

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Municipio de Santiago de Cali inversión neta por actividad económica 2014	37
Gráfica 2. Proyecciones de ventas restaurantes cifras en millones de pesos	43
Gráfica 3. % de personas encuestadas	56
Gráfica 4. % salario promedio encuestados	57
Gráfica 5. Pregunta 1 % que tan a menudo consume alimentos en restaurantes .	58
Gráfica 6. Pregunta 2 % Cantidad de personas	59
Gráfica 7. Pregunta 3 cuál es el medio más común con el cual usted se entera o conoce sobre un restaurante	61
Gráfica 8. % Pregunta 4 porque le gusta la comida saludable	62
Gráfica 9. Pregunta 5 % que menú le gustaría encontrar en un restaurante	63
Gráfica 10. Pregunta 6 % qué clase de bebidas le gustaría encontrar en un bar?	64
Gráfica 11. % a qué edad cree usted que se debe empezar a comer saludable ...	65
Gráfica 12. % Pregunta 8 cual cree que sería una desventaja de la comida saludable	66
Gráfica 13. % qué tipo de música le gustaría encontrar en un bar	67
Gráfica 14. Pregunta 10 % como le gustaría que fuera la decoración y el ambiente del restaurante.....	68
Gráfica 15. Gráfico de Gantt	101

RESUMEN

El proyecto que se presenta a continuación está elaborado con el propósito de realizar un estudio de viabilidad para la creación del Restaurante Bar Tástaro en la ciudad Santiago de Cali departamento del Valle del Cauca específicamente en el barrio el Peñón, se ejecutó un análisis con el cual se determina la oportunidad de negocio en este sector.

Para lograr los objetivos planteados en la investigación se aplicó una serie de etapas que permitieran el desarrollo de este, comenzando con la contextualización del problema, estudio de mercado, técnico, organizacional, legal y financiero; de tal manera que ya culminados estos procesos se establezcan las conclusiones y recomendaciones que ayuden a su ejecución.

Palabras Claves: Propósito, análisis, oportunidad.

ABSTRACT

The project presented below is designed with the purpose of carrying out a feasibility study for the creation of the Tástaro bar restaurant in the city of Santiago de Cali, Valle del Cauca, specifically in the El Peñon neighborhood. Determines the business opportunity in this sector

To achieve the objectives set out in the research, a series of stages were applied that allowed the development of this, starting with the contextualization of the problem, market, technical, organizational, legal and financial study; In such a way that already completed these processes are established the conclusions and recommendations that help their execution.

Keywords: Purpose, analysis, opportunity.

INTRODUCCIÓN

El Restaurante Bar Tástaro es una nueva idea en la ciudad de Santiago de Cali, enfocado en un ambiente natural y campestre adecuado de tal forma que los clientes se sientan como en el campo, ofreciendo en el día una alimentación variada, saludable, acondicionado con sonidos instrumentales y de la naturaleza; en la noche el bar se encuentra adecuado con gran variedad de música, shows en vivo y cocteles especiales, lo anterior se busca implementar por medio del estudio de viabilidad que se efectuó para la creación del proyecto.

Este se encontrará ubicado en el barrio el Peñón, actualmente el sector cuenta con diferentes clases de restaurantes, los cuales no brindan una alimentación saludable y un lugar acogedor, a diferencia de lo que se busca ofrecer, un sitio en el cual los clientes sientan un cambio en su rutina diaria.

La investigación permitirá conocer las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que se puedan tener para la ejecución del mismo, de igual forma conocer las necesidades y exigencias de los clientes, y de tal manera alcanzar un nivel competitivo en el mercado, así mismo establecer la viabilidad económica del proyecto por medio de un análisis financiero el cual indique los costos, gastos y utilidades que se generarán.

1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROYECTO

1.1 TÍTULO DEL PROYECTO

ANÁLISIS DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL RESTAURANTE BAR “TÁSTARO” EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Emprendimiento

1.3 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 Planteamiento del problema. Las Enfermedades No Transmisibles (ENT) son la principal causa de enfermedad y muerte en el mundo y en Colombia su elevada presentación está relacionada de manera amplia con factores de riesgo del comportamiento tales como una dieta no saludable (entendida como la ingesta elevada de grasas saturadas, sal, azúcares y dulces y un consumo insuficiente de frutas y verduras), la inactividad física, el tabaquismo y el consumo abusivo de alcohol (Ministerio de Salud y protección social, 2013, p. 4).

Según lo enunciado anteriormente cabe resaltar que en la actualidad, no existe un nivel de cultura saludable en la alimentación de las personas, por lo cual generan un alto riesgo de padecer enfermedades mortales, de allí la oportunidad de negocio encontrada para la elaboración del proyecto del restaurante con una comida saludable.

En Colombia, la Encuesta Nacional de la Situación Nutricional ENSIN (ICBF, 2010) encontró que sólo el 20,5% de los colombianos consumen frutas 3 o más veces cada día y que únicamente 3 de cada 10 personas consumen todos los días verduras y hortalizas, de hecho, sólo el 6,4% lo hacen 2 o más veces. Lo que es

más preocupante, es que el bajo consumo de frutas y hortalizas-verduras se agudiza en los estratos sociales bajos y en las zonas rurales donde paradójicamente se producen. La recomendación de consumo mínimo hecha por la OMS (Organización Mundial de la Salud) y la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) para prevenir enfermedades no transmisibles y mantener una buena salud es de 400 gramos entre frutas y verduras al día (Ministerio de Salud y Protección Social, 2013, p. 5).

Según lo indicado por la encuesta realizada, la alimentación en las personas es poco saludable, lo cual afectaría la ejecución del Restaurante Bar Tástaro sino fuera por la recomendación que brinda la OMS, en ella se enuncia que es necesario consumir alimentos saludables para evitar enfermedades. Por ende el Restaurante Bar debe de tomarlo como punto a favor pues les brinda a aquellas personas consumir alimentos fuera de sus hogares sin generar mayor preocupación por su salud al tener una ingesta saludable.

Dado lo anterior, en 2004, la OMS adoptó la Estrategia Mundial sobre régimen Alimentario, actividad física y salud, cuyos objetivos se orientan a: 1) reducir los factores de riesgo de ENT asociados a las dietas poco saludables y a la inactividad física a través de medidas de salud pública; 2) incrementar los conocimientos y concienciación acerca de la influencia de la dieta y la actividad física en la salud; 3) fortalecer las políticas y planes de acción mundiales, regionales y nacionales para mejorar la alimentación y, 4) seguir de cerca los datos que permitan monitorear el comportamiento de este factor en la morbimortalidad de las naciones (Ministerio de Salud y protección social, 2013, p. 5).

Para la iniciación del Restaurante Bar se investigó específicamente el barrio el Peñón en la ciudad de Santiago de Cali, éste tiene alta afluencia de sectores laborales y hoteleros, muchas de las personas que laboran, viven o transitan en él, no cuentan con establecimientos que les brinden una comida saludable, libre de

conservantes y excesos de grasas en su hábito alimenticio, lo que conlleva a que la salud de las personas involucradas con este tipo de comidas deteriore su calidad de vida y salud, según estudio publicado en la revista *Archives of Internal Medicine* desveló que quienes mantienen una dieta vegetariana o vegana tienen un riesgo menor del 12% de morir a edad temprana, a la vez que tienen menos probabilidades de padecer insuficiencia renal, diabetes y obesidad. Asimismo, se ha demostrado que quienes siguen uno de estos estilos de alimentación desarrollan menos problemas digestivos y padecen infecciones con menos frecuencia (Delgado, 2015, párr. 4).

Por otra parte, se encuentran aquellas personas que no tienen una alimentación balanceada y adecuada por lo que se ven afectadas en su actividad laboral, puesto que la hora del almuerzo es un tiempo que la persona tiene para relajar su cuerpo y mente, lo cual al ingerir alimentos que no sean de fácil digestión, generan un agotamiento e incomodidad lo que hace que culminar su jornada laboral termine de manera no efectiva.

1.3.2 Formulación del problema. La vertiginosidad con la cual transcurren la vida cotidiana hace que cada vez más personas apueste por la comida rápida y los platos ya preparados, en aras de ahorrar tiempo. Además, estos platos también suelen ser muy agradables al paladar por lo que suelen terminar provocando casi una adicción, lo cual se debe a su elevado contenido en azúcar, sal y grasas (Delgado, 2015, párr. 1).

Debido a esto se identificó que la mayoría de la población tienen un alto nivel de alimentación poco saludable, para el cuidado de su bienestar todo esto debido a la falta de contribución de buenas costumbres alimenticias para la prevención de enfermedades mortales tales como, los infartos, la diabetes y entre otras. Por lo anterior se busca:

¿Cómo establecer el análisis de viabilidad para la creación del Restaurante Bar Tástaro la ciudad de Santiago de Cali?

1.3.3 Sistematización del problema.

- ¿Cómo determinar los elementos contextuales para el desarrollo del estudio de viabilidad en la creación del Restaurante Bar Tástaro.?
- ¿Cómo ejecutar el estudio de mercado y el método de investigación idóneo para la creación del Restaurante Bar Tástaro?
- ¿Cómo constituir el estudio técnico y la estructura organizacional para la creación del Restaurante Bar Tástaro?
- ¿Cómo evaluar la viabilidad financiera del Restaurante Bar Tástaro?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo general. Diagnosticar la viabilidad para la creación del Restaurante Bar Tástaro en la ciudad de Santiago de Cali basado en una alimentación sana, nutritiva con un espacio cómodo, agradable y natural para los clientes.

1.4.2 Objetivos específico.

- Determinar los elementos contextuales para el desarrollo del estudio de viabilidad en la creación del Restaurante Bar Tástaro.
- Ejecutar el estudio de mercado y el método de investigación idóneo para la creación del Restaurante Bar Tástaro
- Constituir el estudio técnico y la estructura organizacional para la creación del Restaurante Bar Tástaro
- Evaluar la viabilidad financiera del Restaurante Bar Tástaro

1.5 JUSTIFICACIÓN

1.5.1 Práctica. El Restaurante Bar Tástaro se ampara en una justificación práctica, como se ha indicado anteriormente, esta busca crear una alimentación saludable, para la población ubicada en la ciudad de Santiago de Cali. Quienes debido a sus jornadas laborales o el contorno en que se encuentran rodeados, no poseen la facilidad de consumir alimentos saludables; por lo cual el Restaurante Bar se enfocara en la preparación de productos (Platos y Bebidas), con ingredientes naturales y sin conservantes. De esta manera suplir las necesidades actuales que existen en el mercado hacia lo nutritivo y saludable. A su vez facilita al cliente la opción de encontrar un espacio de relajación, sin tener que desplazarse a zonas rurales, adicionalmente ofrece un bar con las características anteriormente indicadas lo cual lo hace diferenciador por el espacio que se brinda y los eventos ofrecidos.

1.6 MARCO DE REFERENCIA

1.6.1 Referente histórico. La "Estrategia Mundial OMS sobre Régimen Alimentario, Actividad Física y Salud" (12) fue adoptada en 2004 por la Asamblea Mundial de la Salud. En ella se hace un llamamiento a los gobiernos, la OMS, los asociados internacionales, el sector privado y la sociedad civil para que actúen a nivel mundial, regional y local con el fin de promover la alimentación sana y la actividad física (Organización Mundial de la Salud, 2015, párr. 40).

Referente a la anterior estrategia propuesta por la OMS, la cual involucra a los entes gubernamentales para promover una vida sana por medio de la alimentación, se han implementado unas guías alimentarias en Colombia (GABA) utilizadas para el cumplimiento de los índices nutricionales, para conseguirlo los alimentos que se brinden deben de ser frescos y variados, los mensajes fundamentales que transmiten son que mientras te alimentas compartas en familia, lo que beneficia a la creación de nuevas empresas con este tipo de enfoque en esté se encontró la

oportunidad de negocio al incursionar en esta tendencia, que a su vez no ha sido implementado en todos los lugares, como lo es el sector en el cual está realizando el estudio para la ejecución del proyecto con el fin de así lograr un posicionamiento en el mercado atendiendo las necesidades actuales de los clientes.

En 2010, la Asamblea Mundial de la Salud aprobó una serie de recomendaciones sobre la promoción de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigida a los niños (13). Esas recomendaciones pretenden guiar a los países a la hora de idear nuevas políticas y mejorar las que están en vigor, con el fin de reducir los efectos de la comercialización de alimentos poco saludables en los niños. La OMS está ayudando a crear un perfil nutricional tipo que puedan utilizar los países como medio para aplicar las recomendaciones en materia de comercialización.

En 2012 la Asamblea Mundial de la Salud adoptó un plan de aplicación integral sobre nutrición de la madre, el lactante y el niño pequeño y seis metas de ámbito mundial que deben alcanzarse para 2025, entre las que figuran la reducción del retraso en el crecimiento, la emaciación y el sobrepeso infantil, la mejora de la lactancia materna, y la reducción de la anemia y la insuficiencia ponderal del recién nacido (7).

En 2013, la Asamblea Mundial de la Salud acordó nueve metas mundiales de aplicación voluntaria para la prevención y el control de las enfermedades no transmisibles, entre las que figuran detener el aumento de la diabetes y la obesidad, y una reducción relativa del 30% en la ingesta de sal de aquí a 2025. El "Plan de acción mundial de la OMS para la prevención y el control de las enfermedades no transmisibles 2013-2020" (8) proporciona orientaciones y opciones normativas a los Estados Miembros, la OMS y otros organismos de las Naciones Unidas para alcanzar las metas.

Debido a que actualmente hay muchos países que están experimentando un rápido aumento de la obesidad entre los lactantes y los niños, en mayo de 2014, la OMS creó un comité sobre obesidad infantil. El comité elaborará un informe en 2015 en

el que expondrá cuáles son las estrategias y las medidas que considera más eficaces para diferentes contextos en todo el mundo.

En noviembre de 2014 la OMS y la Organización para la Agricultura y la Alimentación de las Naciones Unidas (FAO) organizaron conjuntamente la segunda Conferencia Internacional sobre Nutrición. En la Conferencia se adoptó la Declaración de Roma sobre la Nutrición (14) y el Marco de Acción (15), que recomienda un conjunto de opciones en materia de política y de estrategias para promover una alimentación variada, inocua y saludable en todas las etapas de la vida. La OMS está ayudando a los países a poner en práctica los compromisos asumidos en esta Conferencia (Organización Mundial de la Salud, 2015, párr. 40-44).

1.6.2 Referente teórico. El éxito de un restaurante como de toda empresa es la formación adecuada que se tenga para administrarlo; así lo señala Erika Silva *“La importancia que tiene la formación en el sector de los restaurantes, es de vital importancia, es un tema de supervivencia total”* (Silva, 2013, párr. 3). Esto no solo se debe a que un buen administrador debe estar actualizando día a día sus conocimientos e innovando, sino también empoderarse de su negocio y el cargo que ocupa. Por esto debe tener la noción: de los productos que se elaboran, sus componentes, cuales son aquellos que el cliente percibe con mayor agrado y cuales son o están por mejorar. Todo esto debido a que el enfoque del restaurante no es la distribución de productos sino la elaboración, comercialización y prestación de un servicio, para que así este sea de preferencia para los clientes y lograr fidelizarlos estando siempre en busca de la mejora continua, a su vez se tiene en cuenta como un pilar básico del restaurante ya que permite la optimización de los recursos y aumentar la calidad del producto y servicio dado a que la dedicación por seguir mejorando es la única forma de alcanzar la máxima eficacia, perfección e innovación.

Según dialogo con empresarios y dirigentes gremiales de Cali, Kenneth P. Morse, miembro del Consejo Consultivo Nacional de Innovación y Emprendimiento de Washington, EE.UU., Les dijo: *“que la ciudad debe apostarle a un ambiente de innovación.”* (El País, 2015, párr. 1).

Al referirse este experto en emprendimiento a la ciudad debemos hacer énfasis en las empresas allí ubicadas, quienes a su vez se deben de acoger a lo planteado anteriormente por él, para no verse afectadas en un decaimiento en sus ventas que impliquen un posible cierre debido a que el mercado va con tendencia al cambio y al quedarse estáticas van reduciendo su posibilidad de crecer y aumentan el riesgo de desaparecer de la industria en que se desempeñen. Adicionalmente menciono:

La innovación es el resultado de la multiplicación de dos factores: la invención y la comercialización. Los inventores deben ir de la mano con los empresarios para

extraer las ideas del ambiente tranquilo del laboratorio y llevarlas al cruel escenario de los mercados (El País, 2015, párr. 2).

Para el restaurante bar aplican los dos factores mencionados en su proceso de innovación debido a que al momento de realizar el planteamiento inicial del problema, se diagnosticó la falencia que existe en la alimentación y adecuación del lugar al que se dirigen los clientes en su hora de almuerzo, para esto se tuvo que: no solo tener la idea plasmada de que se quería lograr, sino como el sector y el mercado acogerían la propuesta.

En la actualidad los restaurantes proporcionan a la humanidad suplir la necesidad básica fisiológica de alimentación y en el segmento de reconocimiento les genera status, estos son motivos por los cuales se mantienen con mayor facilidad en el mercado, debido a que según la teoría de las necesidades de Abraham Maslow.

En la cual el concepto clave para la motivación es el de necesidad. Describe una jerarquía de necesidades humanas donde la más básica es la de crecimiento, que gobierna y organiza a todas las demás. A partir de aquí existen cinco jerarquías o niveles, desde las que proceden de la necesidad de supervivencia, que es relativamente fuerte, de naturaleza fisiológica y esencial para la homeostasis, hasta las que se originan en la necesidad de crecimiento, relativamente débil y de naturaleza más psicológica (Biografías & Vidas, 2004, párr. 4).

1.6.3 Referente conceptual. En la siguiente información se expondrán algunos de los términos que se mencionan en el proyecto de estudio de viabilidad para la creación del Restaurante Bar Tástaro:

El nombre de Restaurante Bar Tástaro cuyo significado en árabe (أخضر) es verde y a su vez en catalán probará.

También en este proyecto se trata sobre la comida orgánica esta es *producida con técnicas tradicionales, libres de aditivos, hormonas, tóxicos, transgénicos y*

sustancias químicas, por lo que no daña la tierra. Los cultivos sólo reciben abono natural y la crianza de animales usa prácticas ancestrales, en pequeñas granjas, sin someter a los animales a estrés ni malos tratos (Haydeki, 2016, párr. 6).

A continuación se manejan dos términos el primero hace referencia a los vegetarianos y el segundo a los veganos los cuales difieren el uno del otro por “Los **vegetarianos** siguen una dieta rica en vegetales y no suelen comer carne, pero algunos consumen productos derivados de los animales como los lácteos (lacto-vegetarianos), los huevos (Ovo-vegetarianos), el queso, la mantequilla y la miel”. El segundo son: Los **veganos** se abstienen completamente de consumir cualquier alimento de origen animal. Por tanto, no solo no consumen carne sino tampoco huevos, leche o miel. Su alimentación se basa exclusivamente en productos de origen vegetal como las frutas, las verduras, los cereales, las legumbres y los frutos secos. Algunos veganos siguen lo que se conoce como “raw veganism”, que implica no comer ningún alimento cocido (Delgado, 2015, párr. 7).

Así mismo el Restaurante Bar Tástaro elaborará cocteles, estos serán preparados por el barman el cual debe tener bases sobre la mixología, esta trata sobre el conocimiento más profundo de los destilados, su elaboración y sobre todo su mezcla, es decir, de los productos con los que se mezclan, por qué se mezclan, cómo se mezclan; es saber buscar un sabor y una sensación. Jugar con los aromas y las texturas. Para esto es necesario conocer de química básica y aprender sobre esencias, especias, frutas, verduras y decoración (Coctelería & Mixología, 2016, párr. 2).

1.6.4 Referente legal. Para la que el Restaurante Bar Tástaro pueda abrir sus instalaciones se requiere de:

- Inscripción en el registro mercantil en el cual se establece a que se dedica la empresa, vigencia que esta tendrá, el tipo de sociedad y las atribuciones del representante legal.

- Diligenciamiento del certificado de suelos emitido por la subdirección de ordenamiento urbanístico en la cual indica si en la zona en la que estará ubicada la empresa se puede llevar a cabo.
- Certificado de Sayco & Acinpro el cual es utilizado por quienes difunden música y están obligados a pagar derechos de autor y quienes no lo utilicen lo deben de adquirir como certificado de usuario no música.
- Concepto sanitario y certificado de manipulación de alimentos emitidos por el INVIMA.
- Certificado de seguridad expedido por el departamento de bomberos en el cual verifican que las instalaciones cumplen con todas las normas de seguridad
- Inscripción del Rut en la DIAN
- Registro y habilitación de numeración para facturas en la DIAN

Para la ejecución del Restaurante Bar se deben tener en cuenta las siguientes normas.

Objeto: Esta norma proporciona los requisitos para elaborar preparaciones calientes y frías con la calidad, la cantidad y el tiempo señalado en la receta estándar.

Alcance: Esta norma es aplicable a las personas que realizan sus funciones en la preparación de los alimentos en la industria gastronómica.

Norma técnica sectorial colombiana nts-usna 003

Norma técnica sectorial colombiana nts-usna 004

Norma técnica sectorial colombiana nts-usna 005

Norma técnica sectorial colombiana nts-usna 006

Norma técnica sectorial colombiana nts-usna 007

Norma técnica sectorial colombiana nts-usna 008

Guía técnica gts-usna sectorial 009

Norma técnica sectorial ntsh 010

Norma técnica colombiana nts-tc 001

Decreto 3075

Ley 1696 de 19 de Diciembre de 2013. “Por medio de la cual se dictan disposiciones penales y administrativas para sancionar la conducción bajo el influjo del alcohol y otras sustancias psicoactivas” (El Congreso de la república de Colombia, 2013, p. 1)

1.7 ASPECTOS METODOLÓGICOS

1.7.1 Tipos de estudios. El estudio se puede clasificar como descriptivo analítico, porque no sólo se quedará en el análisis de las variables que intervienen en el desarrollo de la gestión de servicio al cliente, sino que buscará proponer y establecer diferentes estrategias y mecanismos que fomenten su desarrollo, mediante la creación de un manual de servicio al cliente, enfocado en este tipo de restaurantes.

1.7.1.1 Estudio exploratorio. Mediante la aplicación del estudio exploratorio, se pretende indagar sobre los antecedentes del tema de estudio, mediante un análisis de los restaurantes bares dedicados a la alimentación sana el municipio de Santiago de Cali. Estos restaurantes presentan un alto grado de visitantes, porque la ubicación de las mismas permite suplir la necesidad de personal de empresas, hotelería, transeúntes por su turismo, fortaleciendo el crecimiento de las mismas.

1.7.1.2 Estudio descriptivo. Con este estudio se analizarán las variables determinantes para conocer las actividades importantes que conforman el excelente servicio al cliente, permitiendo establecer las características, condiciones de la oferta y la demanda, siendo estos los que permitirán tener percepciones acerca de los consumidores potenciales y la oferentes principales para este sector, además de establecer las estrategias necesarias para la posible puesta en marcha.

1.7.2 Método de investigación.

1.7.2.1 Método de observación. Las variables que se deben estudiar, tienen que ver con la forma como se desarrolla el servicio al cliente por parte del mesero o personal encargado de este aspecto. El otro factor a estudiar, tiene que ver con la forma como se debe desarrollar un correcto servicio al cliente en el área de comedor del restaurante Bar Tástaro. Se deben tener en cuenta los diferentes aspectos que intervienen en el área de mercadeo, los cuales tienen que ver con la promoción adecuada de cada uno de los productos, que el restaurante ofrece. La forma como se aborda un cliente, y la manera en que se le debe explicar cada uno de los productos, es otra variable fundamental a estudiar a lo largo de este trabajo. En este aspecto se incluyen los diferentes perfiles que los clientes puedan presentar y según esto determinar la manera de adecuar la estrategia de ventas de cada una de las personas, encargadas del servicio al cliente. Las otras variables a tener en cuenta son las que están representadas en el siguiente cuadro:

Cuadro 1. Variables

VARIABLES A ESTUDIAR	MÉTODO DE ESTUDIO	INDICADORES DE MEDICIÓN
Rapidez en el servicio	Análisis de secuencias	Tiempo estipulado por secuencia
Manejo del cliente	Análisis de influencia	Encuesta
Sincronización de los procesos	Análisis de interacción	Análisis de tiempo en los procesos
Satisfacción de los clientes	Análisis de factores de cumplimiento	Encuesta
Desarrollo en el proceso de venta	Técnicas de ventas	Medición de indicadores de ventas

Fuente: Los autores

1.7.2.2 Método inductivo. Se establecerá como obtener información directa de lo que podría ser los clientes de Restaurante Bar Tástaro, de este modo identificar la disposición de la gente y del mercado, con relación a esta idea de negocio. Así se lograra tener un conocimiento aproximado de los consumidores, que se pueden convertir en clientes. Además Investigando el sector se lograra conocer las falencias y fortalezas del proyecto y con los resultados obtenidos se tendrán en cuenta para la estrategia de competitividad en el mercado y desarrollo del proyecto.

1.7.2.3 Método de análisis. Las técnicas que se utilizarán en el desarrollo de la investigación, están relacionadas directamente con los objetivos del estudio. Además, se tendrán en cuenta todos los planteamientos analíticos con el fin de realizar una fundamentación sólida sobre el tema de investigación.

1.7.2.4 Método de encuesta. En este caso se implementará el método de encuesta para obtener información más rápida y precisa sobre el flujo de información de las preferencias, necesidades y comportamiento de los clientes potenciales y así definir la viabilidad del proyecto en términos de mercadeo. Con la encuesta se estudiarán los comportamientos y gustos frente al tema de comidas.

1.7.3 Fuentes y técnicas para recolección de información.

1.7.3.1 Fuentes primarias. La obtención de información primaria y la recolección de datos para la investigación, se desarrollarán a través de la entrega de una serie de encuestas a los clientes del Restaurante Bar Tástaro. Estas encuestas se harán dentro del restaurante y además se recogerán en el momento en que el cliente decida entregarlas. Esto se llevará a cabo con el propósito de determinar aspectos a mejorar en cada una de las áreas (servicio a la mesa, que por lo general son dos meseros), cocina, la cual está integrada por un chef, un asistente del chef, la registrador la cual esta manejada por una sola persona (Administrador), el bar, el cual es manejado por el barman.

La población objeto de estudio, son todas aquellas personas que son clientes del restaurante. Este tipo de personas, se encuentran ubicadas en los estratos cuatro, cinco y seis.

El tamaño de la muestra está representado por 118 personas, las cuales, son el resultado de utilizar la ecuación estadística muestreo aleatorio simple con población conocida.

En cuanto a los empleados del restaurante, estos se encuentran divididos en varias secciones, (servicio a las mesas, cocina, bar, caja y área administrativa) las cuales cuentan con el personal necesario para llevar a cabo todas las tareas que requiera cada zona.

Esta zona del barrio Peñón, está integrada, por una serie de restaurantes, que en muchos casos se convierten en competencia directa para el Restaurante Bar Tástaro, porque también ofrecen comida del tipo internacional, mediterránea y de la cocina creativa, con la diferencia de que cada uno de ellos se enfoca en un tipo de comida internacional ya que esta es muy amplia y permite el desarrollo de nuevos platos, basado todo esto en la experiencia del chef.

1.7.3.2 Fuentes secundarias. Se tendrá el apoyo de las fuentes secundarias, representadas en personas con experiencia dentro y fuera del restaurante así como las investigaciones y resultados que se obtienen a través de restaurantes que se dedican a la misma actividad que ya poseen información registrada; además de los diferentes medios por los cuales se puede obtener información, como artículos, internet, publicaciones entre otros.

1.7.4 Tratamiento de información. Luego de que estas encuestas sean recogidas en su totalidad, se procederá a desarrollar la tabulación pertinente, de cada una de las preguntas efectuadas, contenidas en ella. Esta será tabulada, con el fin de obtener información más concisa y precisa la cual permita hacer los análisis pertinentes.

Los resultados obtenidos de la tabulación serán entregados mediante una serie de tablas y gráficos, los cuales serán explicados de forma clara con el cruce de las variables establecidas

1.7.4.1 Técnicas estadísticas. Se utiliza un sistema estadístico en Excel, para desarrollar este proceso teniendo en cuenta, que para poder llevarlo a cabo se elaboraron 118 encuestas y se utilizó el muestreo aleatorio simple, con conocimiento de la población.

1.7.4.2 Resultados esperados. Finalmente, teniendo en cuenta los resultados obtenidos de los análisis anteriores, se organizara una propuesta que permita mejorar el servicio, dentro de los cuales pueda estar el boceto de un manual de funciones, capacitación en servicio al cliente para el personal del área del comedor, tomando como base el resultado del diagnóstico actual.

Establecer lineamientos sobre la calidad y servicio a ofrecer.

Definir que los platos a generar cubran con las exigencias del mercado.

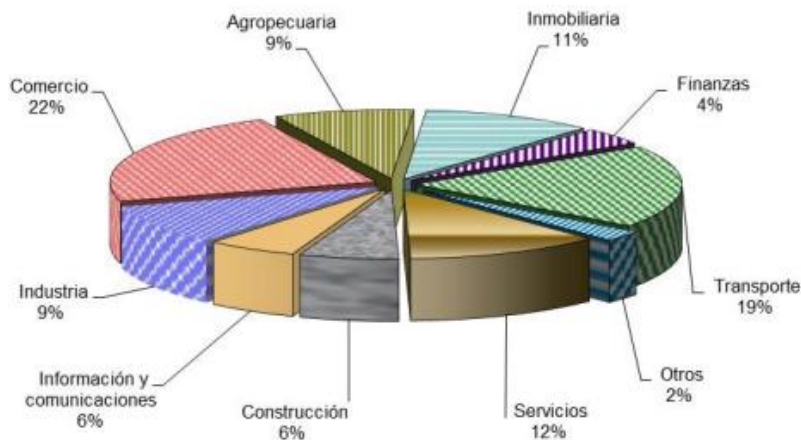
2 ANÁLISIS DEL MERCADO

Para realizar el análisis del mercado del proyecto se tuvo en cuenta el estudio cualitativo y cuantitativo, el primero se fundamentó en observar y preguntar sobre los puntos de vista de aquellas personas que laboran en la zona centro de la ciudad, a cerca de sus opiniones de los restaurantes que se encuentran a los alrededores y la calidad que percibían de los productos ofrecidos, adicionalmente preguntándoles que les gustaría que existiera o cambiara, se realizó con el fin de tener bases en la elaboración de un estudio cuantitativo el cual permita arrojar resultados confiables y adecuados para la ejecución del proyecto.

2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR

Para la ejecución del Restaurante Bar Tástaro, se analizaron investigaciones con el fin de identificar el porcentaje de participación del sector servicios y se evidencian en la siguiente gráfica:

Gráfica 1. Municipio de Santiago de Cali inversión neta por actividad económica 2014



Fuente:(Alcaldía de Santiago de Cali & Departamento Administrativo de Planeación, 2016, fig. 8.3).

Con la información obtenida, se refleja que entre los sectores con mayor participación en la inversión por actividad económica están: comercio (22%), transporte (19%) y servicios (12%), éstos pertenecen al sector terciario, abarcan en total el 52% de la participación y constituyen una parte importante de la economía, porque contribuyen con el crecimiento de los ingresos del país. El beneficio que obtiene el Restaurante Bar Tástaro se debe al gran porcentaje de participación del sector terciario, pues en este se encuentran desde la actividad turística, transporte hoteles hasta el comercio lo que permite que aumente la demanda, y que tenga mayor viabilidad para la creación, teniendo en cuenta que como tal este es un servicio, que se ofrece para abastecer a los clientes en su alimentación.

De igual manera al consolidar la información de constitución de sociedades se refleja la organización jurídica por acciones simplificadas tiene mayor proporción comparada con las otras, y año tras año incrementa significativamente, como resultado de que este tipo de sociedad permite mayor facilidad para los emprendedores. Con respecto a la actividad económica alojamiento y comida, tiene incremento cada año y para el 2013 y 2014 presento un crecimiento con mayor favorabilidad para emprender en este tipo de empresas.

Para la elaboración del proyecto se debe de reforzar el punto diferenciador que tendrá el Restaurante Bar Tástaro teniendo en cuenta que la competencia tiende a crecer según las estadísticas presentadas en la ilustración 2. Por consiguiente se debe innovar y ser llamativos para los clientes además el aumento en este sector no debe de ser tomado como una desventaja sino como un punto a favor por la afluencia que se requiere.

Cuadro 2. Constitución de sociedades por organización jurídica y actividad económica

Descripción	2012		2013		2014	
	No.	Capital	No.	Capital	No.	Capital
Organización jurídica	3,938	215,932	4,602	251,252	5,521	217,246
Limitada	115	4,989	100	3,158	129	9,874
Anónima	21	12,673	20	65,484	20	7,029
Comandita simple	19	1,359	13	900	6	312
Comandita por acción	1	20	2	220	1	2,160
Acciones simplificadas	3,723	190,895	4,418	180,089	5,309	197,273
Otras	59	5,996	49	1,401	56	598
Actividad económica	3,938	215,932	4,602	251,252	5,521	217,246
Agropecuaria, pesca	113	14,542	101	27,362	125	9,793
Minas	16	1,341	23	2,468	22	287
Industria	392	21,182	522	78,785	664	26,995
Electricidad, gas, vapor	38	1,844	5	257	13	541
Agua, desechos, san.	28	1,076	30	1,721	34	991
Construcción	358	12,290	643	15,014	643	18,704
Comercio	1,051	41,540	1,089	40,007	1,197	53,017
Alojamiento, comida	151	6,609	170	7,684	213	8,247
Transporte, almacenam.	135	7,392	195	13,706	218	15,561
Información, comunicac.	149	4,169	229	4,874	233	8,095
Financieras y seguros	129	4,744	102	3,688	164	10,688
Inmobiliarias	197	25,786	206	18,701	271	25,252
Servicios	1,173	72,776	1,286	36,979	1,720	38,423
Sin clasificar	8	643	1	7	4	652

Fuente:(Alcaldía de Santiago de Cali & Departamento administrativo de Planeación, 2016, p. 124).

2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO

2.2.1 Análisis de demanda. El Restaurante Bar Tástaro abastecerá la ciudad de Santiago de Cali con una proyección de población total de 2.470.747 para el año 2019, de la cual se proveerá a la comuna 2 y 3 de esta ciudad. El mercado meta está conformada por 169.524 habitantes, adicionalmente se encuentra que *“La más reciente investigación de Unilever Food Solutions muestra que el 66% de los comensales elegirían un plato ligeramente más saludable a la hora de comer”* (Revista lalimentos, 2015, párr. 4). El precio promedio de un plato en restaurantes ubicados en la zona se encuentra entre 15.000 y que el consumo per cápita es de 10 comidas en restaurantes por persona mensual debido a ser una Zona cercana a sector empresarial.

Para establecer la demanda potencial del Restaurante Bar Tástaro se realiza por medio de fórmula:

$$Q=npq$$

Donde

Q: demanda potencial

N: número de compradores posibles para el mismo tipo de producto en un determinado mercado.

p: precio promedio del producto en el mercado.

q: cantidad promedio de consumo per cápita en el mercado.

La demanda potencial escogida por el Restaurante Bar es la comuna 2 con una población de 122.637 y la comuna 3 con una población de 46.887 lo cual se evidencia en la siguiente ilustración:

Cuadro 3. Proyecciones de población según total, cabecera y resto en Cali 2009-2015

Descripción	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
TOTAL CALI	2,344,703	2,369,829	2,394,870	2,420,013	2,445,281	2,470,747	2,496,346
Cabecera	2,308,086	2,333,213	2,358,253	2,383,392	2,408,653	2,434,110	2,459,698
Comuna 1	85,569	88,432	91,352	94,335	97,382	100,497	103,620
Comuna 2	112,746	114,651	116,586	118,561	120,577	122,637	124,669
Comuna 3	46,283	46,400	46,517	46,636	46,759	46,887	46,990
Comuna 4	53,687	53,369	53,052	52,740	52,433	52,132	51,806
Comuna 5	111,157	112,089	113,010	113,927	114,842	115,759	116,608
Comuna 6	188,124	189,837	191,529	193,214	194,894	196,573	198,137
Comuna 7	71,846	71,334	70,819	70,305	69,793	69,285	68,739
Comuna 8	102,177	102,388	102,597	102,812	103,034	103,266	103,445
Comuna 9	45,349	44,994	44,645	44,303	43,970	43,646	43,330
Comuna 10	110,407	110,854	111,296	111,741	112,190	112,645	113,040
Comuna 11	106,731	107,339	107,940	108,542	109,146	109,754	110,302
Comuna 12	67,049	66,881	66,712	66,545	66,381	66,221	66,028
Comuna 13	177,228	177,641	178,052	178,475	178,909	179,360	181,084
Comuna 14	170,909	172,696	174,441	176,160	177,856	179,535	181,093
Comuna 15	156,267	159,369	162,439	165,492	168,529	171,556	174,473
Comuna 16	106,145	107,170	108,183	109,191	110,195	111,198	112,135
Comuna 17	136,428	139,665	142,914	146,183	149,475	152,793	156,046
Comuna 18	127,752	131,453	135,199	138,999	142,856	146,773	150,663
Comuna 19	111,989	112,947	113,898	114,849	115,803	116,761	117,656
Comuna 20	68,980	69,331	69,677	70,025	70,375	70,728	71,043
Comuna 21	110,332	112,336	114,270	116,148	117,976	119,763	121,440
Comuna 22	10,868	11,160	11,453	11,748	12,044	12,343	12,637
Otros ¹	30,064	30,876	31,675	32,461	33,236	34,002	34,714

Fuente: (Alcaldía de Santiago de Cali & Departamento Administrativo de Planeación, 2016, p. 11).

Adicional a esto en las comunas 2 y 3 por hogar el promedio de personas es de 3.3

$$n = (169.624 \times 28) / 100$$

$$n = 47.466$$

$$p = 15.000$$

$$q = 10 \text{ por persona por mes}$$

$$Q\$ = 47.466 \times 15.000 \times 10$$

$$Q\$ = 7.119.900.000 \text{ Demanda potencial en pesos}$$

$$\text{Demanda del Negocio} = 7.119.900.000 \times 1\%$$

$$\text{Demanda del Negocio} = \$ 71.1999.000$$

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos con esta fórmula en el cual el 28% de la población consume comida saludable para un total de 47.466 personas se puede observar que la demanda potencial en pesos del mercado para estas dos comunas es de **\$7.119.900.000** de los cuales el Restaurante Bar pretende abastecer el 1% con el cual se espera obtener ventas aproximadas de \$ 71.1999.000.

2.2.2 Análisis de la oferta. A continuación, se indica el porcentaje de participación que tienen los restaurantes en Colombia de acuerdo con la información obtenida por el Diario El Colombiano (2012):

La dinámica del sector gastronómico y de restaurantes ha alcanzado un crecimiento considerable durante la última década, una tendencia que llevó a los colombianos a pasar de consumir 7,9 billones de pesos en alimentos fuera del hogar en el 2000, a más de 22,55 billones de pesos durante el último año (párr. 1).

De acuerdo con un estudio realizado por la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica (Acodres), en la actualidad se estima que en Colombia hay cerca de 65.000 establecimientos pertenecientes al sector de restaurantes. (El Colombiano, 2012, párr. 2)

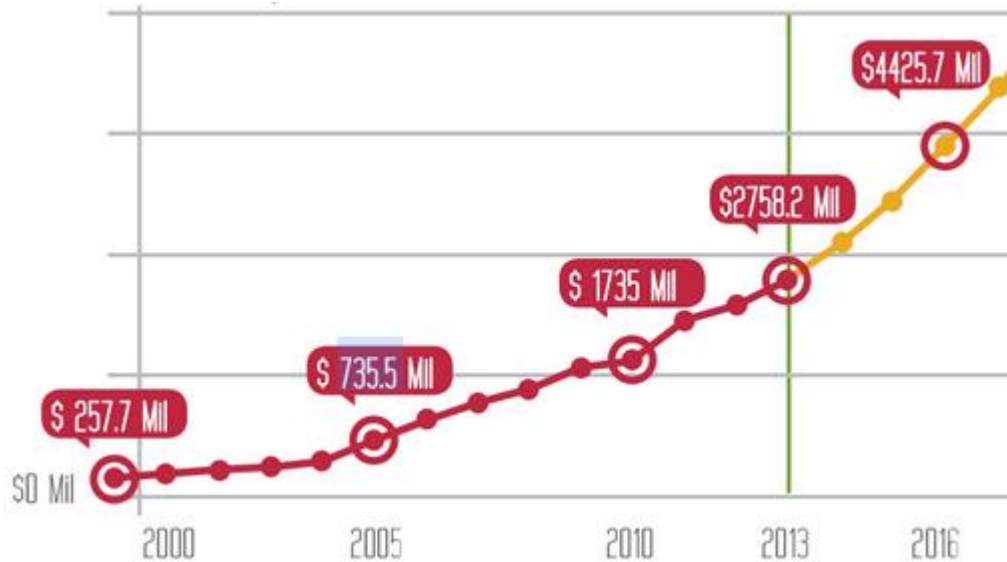
"Cabe resaltar que somos también el tercer gasto en los hogares colombianos después de los alimentos que compran para preparar y los gastos de arrendamiento y vivienda. Igualmente, tenemos el décimo puesto entre los sectores económicos que aportan al PIB colombiano, estando por encima de actividades como la educación y las telecomunicaciones" explicó Claudia Elena Hernández, directora ejecutiva de Acodres. (El Colombiano, 2012, párr. 3)

A su vez, la empresaria explicó que la tendencia de crecimiento del sector está unida a una mayor variedad en la oferta de alimentos, sujeta a una ola de globalización que ha importado platos típicos de otros países como México, Italia y comidas asiáticas, entre otras (El Colombiano, 2012, párr. 4).

Lo planteado indica que hoy en día las personas tienen una mayor afluencia a los restaurantes, y esto en si se debe mucho a la diversidad de alimentos que en estos se encuentra, el Restaurante Bar Tástaro no va a ser la diferencia, este espera abastecer a sus clientes con comida saludable y variedad en su carta, de tal modo que logre cubrir en gran porcentaje el sector.

Adicionalmente con información basada en clasificación Top 100 de la revista la barra se proyecta un crecimiento anual en ventas en millones de:

Gráfica 2. Proyecciones de ventas restaurantes cifras en millones de pesos



Fuente:(La Barra, 2014, fig. 1).

Según la ilustración indica que los restaurantes han incrementado cada año sus cifras en ventas, esto se debe al cambio en la capacidad adquisitiva de los oferentes ya que se refleja que existe un mayor consumo de comidas por fuera del hogar, lo que permite una penetración en el mercado favorable.

De acuerdo con los últimos estudios del sistema informático de consumo Raddar, los colombianos gastaron más de 18 billones de pesos en alimentos fuera del hogar en 2009; más de 19 billones de pesos en el 2010 y más de 22 billones de pesos en el 2011.

Según el informe del sector real de la economía del 2011, 150 empresas de servicios de alimentos se encuentran registradas ante las Súper sociedades. (El Colombiano, 2012, párr. 5-6).

La localización del restaurante será en el barrio el peñón de la ciudad Santiago de Cali, en esta comuna se presenta afluencia de empresas, hoteles y lugares turísticos; las personas que residen y laboran en este sector tienen la capacidad adquisitiva para acceder a un nivel de alimentación de calidad y velan por su bienestar, por tal motivo el restaurante se enfocara en brindarles un nivel de reconocimiento ya que estará enfocados en clientes cuyo interés sea su comodidad y salud sin dejar a un lado su nivel de prestigio pues en esta área las personas conservan su status.

2.3 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO

El Restaurante Bar Tástaro es una empresa con presencia local, dedicada a brindar servicios a través de una gran variedad en platos y cocteles a toda la comunidad en general con un ambiente familiar y tranquilo, basados en los principios de calidez y servicio contribuyendo a satisfacer las necesidades del cliente que busca productos nutritivos y saludables además de un espacio cómodo en el que puedan relajarse y dejar a un lado su rutina diaria.

El lugar estará adecuado de zonas verdes estilo zen con bambú, riachuelos, hamacas y ambientada con diferentes sonidos tranquilos del bosque, en el día será un excelente espacio de esparcimiento como restaurante, se ofrecerá comida Orgánica (BIO la cual está basada en cero conservantes) y saludable, en la noche el bar se iluminara con luces tenues dentro de las instalaciones y en los jardines con antorchas de tal modo brindarles un espacio tranquilo y acogedor con shows en vivo , tendrá gran variedad de cocteles entre ellos los mixe hados, la ventaja es que son hechos 100% con fruta siendo algo dulces y atractivos para los diferentes gustos.

El factor diferenciador del Restaurante Bar Tástaro será el ambiente natural, el cual contará con algunas hamacas para brindarle una zona de confort y relajación a cada uno de los clientes, de tal manera que este sienta que se encuentra en un espacio campestre y descanse su cuerpo y mente.

Por estar enfocados en brindar una alimentación saludable los insumos y materia prima deberán tener unos cuidados cautelosos de tal manera que el producto final para el cliente sea de calidad, por lo tanto se contará con un sistema de refrigeración el cual mantendrá la frescura y naturalidad de los alimentos.

A continuación se plantea el estado al cual se enfrenta la creación del Restaurante Bar Tástaro:

Debilidades

- Altos costos de instalación y puesta en marcha.
- Falta de conocimiento del sector
- Recursos Financieros

Oportunidades

- Único en el mercado en la ciudad de Cali.
- Innovación productos y de servicios.
- Captación del mercado laboral.

Fortalezas

- Proyecto innovador.
- Diversidad e innovación en productos y servicios.
- Estrategia unificada de negocio y exclusividad

Amenazas

- Penetración del mercado
- Competencia indirecta
- Gran incremento en los precios de la canasta básica

Cuadro 4. Análisis DOFA

ANÁLISIS DOFA TÁSTARO	OPORTUNIDADES -hay muy pocos restaurantes con alimentos orgánicos en el entorno. -La mujer de hoy trabaja y es independiente- -Capacitaciones a la comunidad de la importancia de una excelente alimentación. -Degustaciones en centros comerciales. -publicidad por diferentes medios de comunicación (radio, tv, internet)	AMENAZAS Programas para evitar el consumo de bebidas alcohólicas. Altos precios de frutas y verduras orgánicas que. Los diferentes paros en las principales vías del país.
FUERZAS -alimentación sana(orgánica) -se tendrá alta tecnología en servicio gracias al software que se implementara (Font rest). El establecimiento estará acondicionado de tal manera que el cliente se trasladara de la ciudad al campo. Con una temática gastronómica (restaurante-bar).	la temática a manejar será gastronómica para aprovechar la baja competencia de restaurantes de alimentos orgánicos se sacara beneficio a la independencia de la mujer brindándole a los hogares una alimentación como la de mama.(sana)	Los cocteles tendrán un alto contenido en frutas, y un mínimo porcentaje en alcohol. Con esto el restaurante bar Tástaro no tendrá preocupación a quienes lideran programas contra el consumo de alcohol Se utilizaran alianzas con los principales distribuidores de frutas y verduras del departamento.
DEBILIDADES Poco reconocimiento del Restaurante Bar. Falta de especialización en el tema de comidas orgánicas.	Aprovechar todos los medios de publicidad existentes para darnos a conocer en todo el país, destacándonos por la alta calidad en productos y servicios de atención.	Tener alianzas con las juntas municipales. Tener convenios con el Sena para capacitación de los colaboradores

Fuente: Los autores

2.3.1 Clientes. Los consumidores potenciales serán aquellas personas en un rango de edad entre los 20 y 50 años, con ingresos entre 2 y 3 SMMLV, pertenecientes al sector de la comuna 2 y 3 de Santiago de Cali, dirigido a personas que opten por un ambiente cómodo y cuidar de su salud.

Las características principales del consumidor final serán aquellos, que optan por una alimentación saludable y conocen los beneficios que esta les atribuye, amantes de la naturaleza y áreas de relajación; buscando así zonas verdes en las cuales puedan tener un espacio placentero en el momento de alimentarse.

Las Bases de decisión de compra del cliente, se dará principalmente por la calidad de los productos ofrecidos por el Restaurante Bar Tástaro y la calidez de su servicio.

Por lo anterior el precio no influirá de una manera representativa en el momento de toma de decisiones, entiende que su salud no tiene precio.

2.3.2 Competencia. Para conocer los principales competidores, sus productos y servicios; los integrantes del proyecto de grado realizaron un trabajo de campo en los siguientes restaurantes; con el fin de analizar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que tiene el Restaurante Bar Tástaro frente a la competencia evaluada, las cuales se indican en las siguientes ilustraciones:

Cuadro 5. Competidor 1 “Frutos del Sol Bio-Restaurante”

Producto	precio x unidad	unidades vendidas	valor total	
datos de Contacto: <u>dirección:</u> Carrera 3 a Oeste # 3-20, Cali, <u>teléfono: 3770920</u>	Platos de la casa: Filete de Amaqui, Wok del sol, Parrillada de vegetales Pasta Rá, Ensalada Renacer.	\$ 38.000	60 \$ 2.280.000	
<u>página web:</u> http://www.frusol.com.co/	entradas: Panecitos integrales y Rollitos-lechuga	\$ 12.000	30 \$ 360.000	
<u>redes sociales:</u> Facebook: Frutos Del Sol	Snack saludables: Veggie Burger, Veggie mushroom Burger, Gyro	\$ 9.000	30 \$ 270.000	
El restaurante frutos del sol manejan un mercado de consumo inmediato ofrecen un tipo de cocina vegetariana con capacidad te atender a 60 personas, enfocados en una segmentación psicográfica Servicio de domicilios	dulce: Torta de zanahoria especiada,	\$ 6.000	40 \$ 240.000	
	Torta de cocoa y queso ricotta (sin huevo)	\$ 14.000	35 \$ 490.000	
	Torta de manzanas con almendras	\$ 19.000	30 \$ 570.000	
	Torta dietética endulzada con estevia	\$ 20.000	21 \$ 420.000	
	Torta Lujuria sin harina y endulzada con estevia, Torta de chocolate,	\$ 21.000	19	\$ 399.000
	Cheesecake con arándanos			
	Porción de helado para torta, <u>Copa de helado</u>	\$ 16.000	35	\$ 560.000
	bebidas: Jugos naturales	\$ 6.000	45	\$ 270.000
	te del dia	\$ 5.000	25	\$ 125.000
	Café americano.	\$ 6.000	55	\$ 330.000
Cerveza artesanal	\$ 8.000	25	\$ 200.000	
total ventas diarias en pesos y unidades		450	\$ 6.514.000	

Fuente: Los autores

Cuadro 6. Competidor 2 “Restaurante Kiva”

Producto		precio x unidad	unidades vendidas	valor total
datos de contacto: dirección: Carrera 105 #14- 58 Local 4 Ciudad Jardín	Salmón en Miel de Panela Orgánica y hierbas Del País, Sobre Crocante de Arroz. Mero Pimienta	\$ 28.000	25	\$ 700.000
	teléfono: 3161853	Limón sobre Gazpacho Quinoa, Acelga Crocante.	\$ 22.000	15
redes sociales: Facebook: restaurante kiva	Langostinos de Tempura de Cerveza y Confit de Guayaba Coronilla, Crocantes de Arracacha.	\$ 58.000	20	\$ 1.160.000
	Cuy Confitado, Crocante de Naranja.	\$ 32.000	12	\$ 384.000
el restaurante kiva maneja una cocina contemporánea mediante técnicas tradicionales	Búfalo en costra de café, emulsión de limón mandarina y expreso y crocante cuajada agria, crema de papa y manzanita Criolla.	\$ 39.000	26	\$ 1.014.000
	y un mercado de consumo inmediato ,con una segmentación psicográfica	entradas :torrecitas de pato confitado y papa con crema de manzanita, criolla y menta.	\$ 15.000	35
servicios de domicilios	Rollitos crocantes negros, miel orgánica de la Sierra al limón y mermelada de aji	\$ 7.000	25	\$ 175.000
	Postres: helado de pony malta y crocante de chocolate y nueces garrapiñadas	\$ 12.000	20	\$ 240.000
	Mamey en compota y torta triple de chocolate.	\$ 8.000	29	\$ 232.000
	bebidas:vinos nacionales	\$ 80.000	15	\$ 1.200.000
	vinos internacionales	\$ 57.000	19	\$ 1.083.000
	jugos naturales	\$ 6.000	45	\$ 270.000
Total ventas diarias en pesos y unidades			286	\$ 7.313.000

Fuente: los autores

Cuadro 7. Competidor 3 “Restaurante Semilla de Mostaza”

Producto	Precio x unidad	Unidades vendidas	Valor total	
Datos de contacto: representante legal Andrés Felipe Munera. dirección: Calle 4 b # 27-131 san Fernando viejo Cali teléfono:(2) 3827154-(57) 2556 3169 Pagina web http://www.restaurantesemillade.com redes sociales: Facebook: semilla de mostaza semilla.mostaza.am@gmail.com Whatsaap: 3164013342 - 3188685249. manejan un mercado de consumo inmediato ofrecen un tipo de cocina gourmet, comida sana, productos y una segmentación psicográfica atención a eventos de empresas desayunos de trabajo ,almuerzos y cenas de gala servicio de domicilios	platos fuertes :Trucha al papalote	\$ 38.000	25	\$ 950.000
	tilapia gratinada,papas francesas y ensalada mediterránea	\$ 35.000	32	\$ 1.120.000
	Lomo en salsa de vino con champiñones.	\$ 34.000	25	\$ 850.000
	entradas :Vegetales al burro y Puré de papa.	\$ 18.000	10	\$ 180.000
	Sopa De avena y Pollo a la milanesa.	\$ 14.000	25	\$ 350.000
	postres : tarta de maracuyá	\$ 12.000	20	\$ 240.000
	postre de arándanos y maní	\$ 13.000	15	\$ 195.000
	postre de tres leches	\$ 12.500	25	\$ 312.500
	torta en chocolate y nueces	\$ 10.500	30	\$ 315.000
	bebidas: zumo de uva	\$ 6.000	32	\$ 192.000
jugos naturales	\$ 6.000	35	\$ 210.000	
te verde caliente y frio	\$ 5.000	38	\$ 190.000	
total ventas diarias en pesos y unidades		312	\$ 5.104.500	

Fuente: Los autores

Cuadro 8. Competidor 4 “Restaurante Mirringa Mirronga”

Producto		Precio x unidad	Unidades vendidas	Valor total
datos de contacto: dirección: carrera 35 #4c 02 San Fernando teléfono: (2) 5542662 redes sociales: https://twitter.com/MirringaM Facebook: Mirringa Mirronga El restaurante mirringa mirronga ,su nombre hace referencia al poema de Rafael Pombo . ofrece un menú lleno de comida orgánica, la esencia de sus productos es que son realizados con tecnicas orientales. manejan un mercado de consumo inmediato ofrecen un tipo de cocina se basan en una semegtación demográfica y ofrecen servicios de domicilio	platos fuertes: Carne asada en Shawarma , Pan árabe, crepes y panecillo.	\$ 32.000	35	\$ 1.120.000
	Chuleta francesa rellena de carne , pollo y jamon.	\$ 24.000	40	\$ 960.000
	tilapia azada ,ensalada y fideos .	\$ 28.000	36	\$ 1.008.000
	entradas: verduras al wok o crudas	\$ 8.000	25	\$ 200.000
	rollitos de atún gratinados	\$ 10.500	56	\$ 588.000
	bebidas: capuchino doble	\$ 6.500	45	\$ 292.500
	batidos de frutos rojos y avena	\$ 6.500	30	\$ 195.000
	postres :bizcocho vegano	\$ 8.500	55	\$ 467.500
	tarta de mango	\$ 9.500	30	\$ 285.000
total ventas diarias en pesos y unidades			352	\$ 5.116.000

Fuente: Los autores

Cuadro 9. Competidor 5 “Kibbes Fusión”

Producto		Precio x unidad	Unidades vendidas	Valor total
datos de contacto: dirección: calle 16 #100-98 teléfono: 311 7360204 página web: http://www.kibbesfusion.com/ redes sociales: Facebook :Kibbes Fusión el restaurante kibbes fusión maneja un mercado de consumo inmediato y una segmentación psicográfica, ofrece a sus clientes : un estilo de comida arabe música típica libanesa cenas románticas show de danza árabe servicio de domicilios	BEBIDAS: gaseosas	\$ 4.500	35	\$ 157.500
	Jugos naturales	\$ 7.000	40	\$ 280.000
	Te caliente y frio	\$ 5.000	38	\$ 190.000
	Postre: baklawa	\$ 9.000	35	\$ 315.000
	Cheesecake fussion de albaricoque	\$ 10.500	25	\$ 262.500
	Entradas: Hummus bi tahina, Babaganush	\$ 19.000	20	\$ 380.000
	Chicken Wings, Man'ousche	\$ 18.000	20	\$ 360.000
	Pinchos de res, Byblos	\$ 20.000	45	\$ 900.000
	Pinchos de pollo	\$ 19.000	35	\$ 665.000
	Plato fuerte: Aladino, Trípoli, Sultán	\$ 45.000	50	\$ 2.250.000
Beduino(kibbes, falafel), Baalbek	\$ 24.000	45	\$ 1.080.000	
Fadi (falafel vegetariano) Anjar	\$ 28.000	38	\$ 1.064.000	
total ventas diarias en pesos y unidades			426	\$ 7.904.000

Fuente: Los autores

En la siguiente tabla se compara al Restaurante Bar Tástaro frente a la competencia con la información recolectada mediante el trabajo de campo. En el cual se exponen 7 factores claves de éxito para cada uno en esta se utilizó las iniciales D y F en las cuales D significa débil y F significa fuerte:

Cuadro 10. Matriz de competidores

Factores claves de éxito	Tástar o	Frutos del sol bio-restaurante	Restaurant e kiva	Restaurant e semilla de mostaza	Restaurant e mirringa mirronga	Kibbe s fusión
1-Imagen ante el cliente	D	F	F	F	F	F
2-calidad producto	F	F	F	F	F	F
3-prestigio de la empresa	D	F	F	F	f	F
4-publicidad de la empresa	D	D	D	D	D	F
5-ubicación de la empresa	F	F	F	D	F	F
6-instalaciones	F	D	F	D	D	F
7-gamas de productos	F	F	F	D	D	F
TOTAL	3D-4F	2D-5F	1D-6F	4D-3F	3D-4F	7F

Fuente: Los autores

A continuación se muestra el análisis obtenido:

Frutos del Sol Bio-Restaurante: este competidor presento resultados positivos en la imagen frente al cliente, calidad de sus productos, prestigio de la empresa, ubicación de la empresa y gamas de productos. Las debilidades que tiene este competidor son básicamente la publicidad y sus instalaciones.

Restaurante Kiva: los resultados que dejo la matriz de competidores para este restaurante es que cuenta con factores fuertes en su imagen ante el cliente, calidad de su producto, prestigio, instalaciones, ubicación de la empresa y gama de productos. Su única debilidad es que no cuenta con mucha publicidad el restaurante.

Restaurante Semilla de Mostaza: es muy fuerte en la imagen ante el cliente, calidad de producto y prestigio. Sus debilidades se basan en la publicidad, ubicación de la empresa, instalaciones y gama de productos. Con la tabla de matriz de

competidores se puede ver que tiene la puntuación más baja con (4D-3F) 4 debilidades y 3 fortalezas.

Restaurante Mirringa Mirronga: este competidor obtuvo resultados muy positivos en su imagen ante el cliente, calidad del producto, prestigio y su ubicación. Por otro lado tiene algunas debilidades como lo son: publicidad, instalaciones y gama de productos

Kibbes Fusión: este es el competidor más fuerte que tiene el Restaurante Bar Tástaro ya que es fuerte en los 7 factores claves de éxito, con una calificación de (7F). imponiéndose así como el líder en la competencia del Restaurante Bar Tástaro, es el líder porque es fuerte en su imagen ante el cliente, la calidad de sus productos, prestigio, ubicación, instalaciones y gama de productos.

Algunos de los competidores son muy fuertes debido al tiempo y experiencia que ya tienen en el sector de los restaurantes, pero el Restaurante Bar Tástaro ofrece la innovación con sus amplias y acogedoras instalaciones de zona verde, de esta manera el cliente se sentirá como en el campo. Una gran variedad de cocteles mixehados elaborados en frutos dulces con bajo contenido de alcohol.

Las debilidades que tiene el Restaurante Bar Tástaro son la imagen ante el cliente, prestigio y publicidad, lo que deja un resultado de (3D Y 4F) 3 debilidades y 4 fortalezas frente a los competidores. Presenta debilidades respecto al prestigio de la empresa y publicidad de la misma, es porque aún no es conocido ante el mercado. Estas debilidades se puede contrarrestar con las fortalezas que presenta, como son su ubicación, las instalaciones, calidad, alta gama de productos; y con esto realizar una fuerte e innovadora publicidad, siendo así conocidos en el mercado y obtener clientes fieles, haciendo excelentes comentarios en su voz a voz y así se ganará prestigio y será más sencillo competir con los otros restaurantes, en especial con el competidor más fuerte que es el restaurante Kibbes Fusión.

2.3.3 Diseño de la investigación. El tipo de investigación a manejar será descriptiva, ya que se determinaran las propiedades y puntos a indagar en la población que será mercado objetivo, adicionalmente se identificarán las actitudes o inclinaciones enfocadas al servicio ofertado, complementario a esto, se podrán identificar los hábitos alimenticios de los habitantes, señalando las formas de su conducta y sus tipos de comportamientos, de tal modo que con estas variables se puedan agrupar y obtener la información necesaria para el análisis.

Por tal motivo se ha preferido trabajar este tipo de estudio, debido a las variadas opciones investigativas que permiten poder abarcar todos los campos necesarios para el desarrollo del proyecto. Debido a que proporciona múltiples datos como lo son las características

- Demográficas (cantidad población, estado marital, distribución por edades, sexo, nivel de instrucción y la ocupación, entre otros).
- Socioeconómicas
- Tipos de conducta y aptitudes de los seres humanos (mayor consumo, inclinaciones de compra)

Todo esto con el fin de establecer determinados comportamientos de la sociedad estudiada.

El método de selección de la muestra que se utilizara para viabilidad y creación del Restaurante Bar Tástaro será el de muestreo probabilístico aleatorio simple, ya que todas las personas de la población pueden pertenecer a la muestra de una manera positiva.

Se escogieron 118 personas de acuerdo a los análisis anteriormente mencionados, con el fin de conocer a fondo las diferentes necesidades y preferencias que tienen los clientes en el proceso de consumir en un restaurante saludable, Por medio de una encuesta de 10 preguntas, enfocadas principalmente en: su servicio, menú,

decoración y ambiente que esperan. Con lo anterior se determinara la factibilidad de ejecutar el proyecto.

Con la encuesta, realizada a las 118 personas de forma aleatoria, se realizó el análisis e interpretación de datos obtenidos, con el fin de obtener la viabilidad del proyecto para salir al mercado en este sector, se obtuvo la siguiente información:

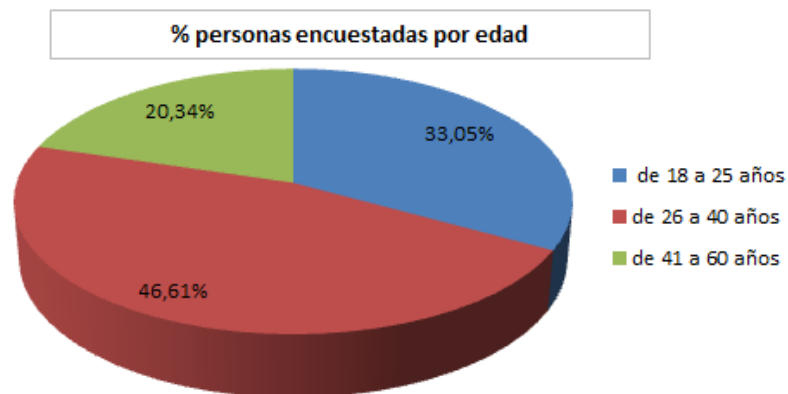
En la encuesta se realizó 2 preguntas las cuales le indican la edad y salario de los encuestados en el sector; para así determinar si se ingresara al mercado objetivo, esto se ve reflejados en la tabla 5 y 6 a continuación.

Cuadro 11. Edad de los encuestados

Edad Encuestados	Cantidad Personas	% por edades
de 18 a 25 años	39	33,05%
de 26 a 40 años	55	46,61%
de 41 a 60 años	24	20,34%
Total	118	100,00%

Fuente: Los autores

Gráfica 3. % de personas encuestadas



Fuente: Los autores

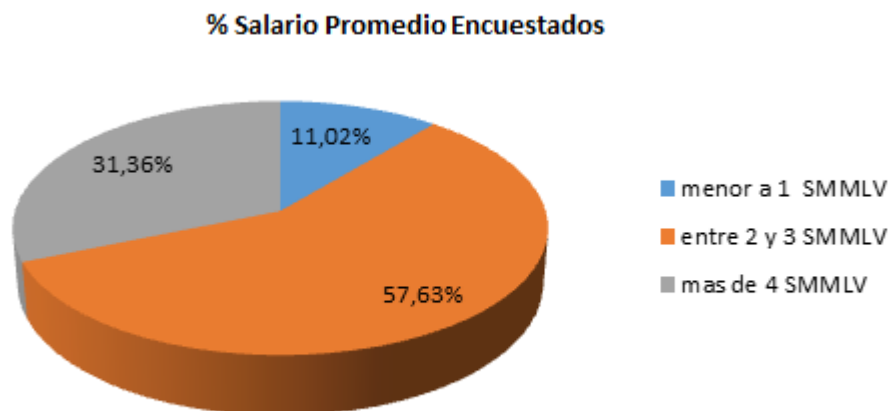
Según la información suministrada por la tabla, se puede evidenciar en el gráfico que en esta comuna, el promedio de personas que está entre las edades de 26 a 40 años es el mayor, Con un porcentaje del 46.61% lo que para el proyecto es bueno pues según la segmentación de clientes, el restaurante se encuentra en un rango de edad a partir de 20 años.

Cuadro 12. Salario encuestados

Salario Encuestados	Salario Promedio	% Salario Promedio
menor a 1 SMMLV	13	11,02%
entre 2 y 3 SMMLV	68	57,63%
más de 4 SMMLV	37	31,36%
Total	118	100,00%

Fuente: los autores

Gráfica 4. % salario promedio encuestados



Fuente: Los autores

Con la información obtenida por la tabla se puede evidenciar en el gráfico, que el salario con mayor promedio esta entre 1 y 2 SMMLV con un porcentaje de 57.63%, que aunque no están favorable, debido a que la concurrencia de estas personas al

restaurante puede ser media, si se les brinda un servicio excelente y con calidez pueden referenciar al restaurante. Además que el porcentaje de personas que ganan más de 3 SMMLV también representa un valor significativo y es al que más se debe acoger en perfil de clientes.

Cuadro 13. Pregunta 1 “que tan a menudo consume alimentos en restaurantes”

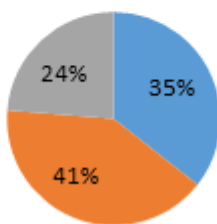
Que tan a menudo consumes alimentos en restaurantes		
Semanas	Cantidad de Personas	% Cantidad de personas
1 vez por semana	42	35,59%
2 a 3 veces por semana	48	40,68%
4 a 6 veces por semana	28	23,73%
Total	118	100,00%

Fuente: los autores

Gráfica 5. Pregunta 1 % que tan a menudo consume alimentos en restaurantes

Que tan a menudo consumes alimentos en restaurantes

■ 1 vez por semana ■ 2 a 3 veces por semana ■ 4 a 6 veces por semana



Fuente: Los autores

Con esta tabla y gráfico se concluye que en la comuna se tiene una concurrencia a comida en restaurantes, que aunque en todos los casos no se presente un grado tan diferenciador que pueda generar una ventaja o desventaja, es de tener en cuenta que entre las personas encuestadas el porcentaje con mayor promedio está en consumo de entre 2 a 3 veces por semanas, lo cual nos indica que si les ofrece

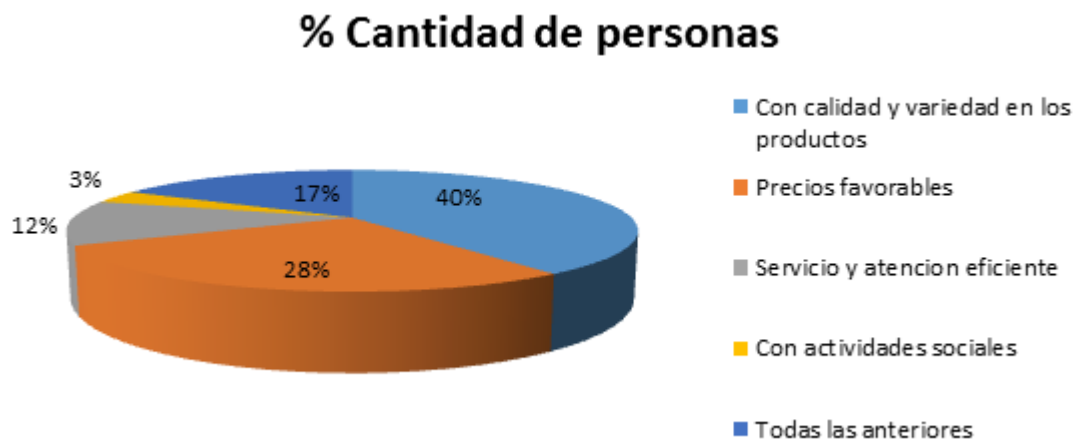
una gran variedad y excelente atención, se puede ganar gran parte de este mercado.

Cuadro 14. Pregunta 2 como le gustaría la atención en un restaurante

Como le gustaría la atención en un restaurante		
Atención	Cantidad de Personas	% Cantidad de personas
Con calidad y variedad en los productos	47	39,83%
Precios favorables	33	27,97%
Servicio y atención eficiente	14	11,86%
Con actividades sociales	4	3,39%
Todas las anteriores	20	16,95%
Total	118	100,00%

Fuente Los autores

Gráfica 6. Pregunta 2 % Cantidad de personas



Fuente Los autores

Aunque el Restaurante Bar Tástaro ofrece comida saludable, dado a que los productos que se vende serán naturales y preparados con rigurosidad para no perder la esencia y nutrición que estos tienen,. Surge esta pregunta con la cual se puede observar que el proyecto está enfocado correctamente pues según las

personas encuestadas con un promedio de 40 % de esta comuna buscan calidad y variedad en productos.

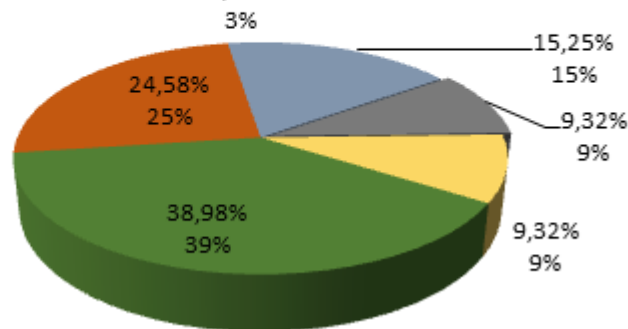
Cuadro 15. Pregunta 3 cuál es el medio más común con el cual usted se entera o conoce sobre un restaurante

Cuál es el medio más común con el cual usted se entera o conoce sobre un restaurante		
Medios	Cantidad de Personas	% Cantidad de personas
Televisión	18	15,25%
Prensa	11	9,32%
Radio	11	9,32%
Redes sociales	46	38,98%
Volantes	29	24,58%
Otros Medios	3	2,54%
Total	118	100,00%

Fuente: Los autores

Gráfica 7. Pregunta 3 cuál es el medio más común con el cual usted se entera o conoce sobre un restaurante

%Cuál es el medio más común con el cual usted se entera o conoce sobre un restaurante



Fuente: Los autores

De lo anterior se observa que el medio más común que la población se entera o conoce sobre un restaurante, es por medio de las redes sociales, el diagrama de torta lo evidencia con un 39% siendo el más alto. Con esto es claro que se debe de

aprovechar todos los medios que ofrecen las redes sociales, para dar a conocer el restaurante a la población como la mejor opción.

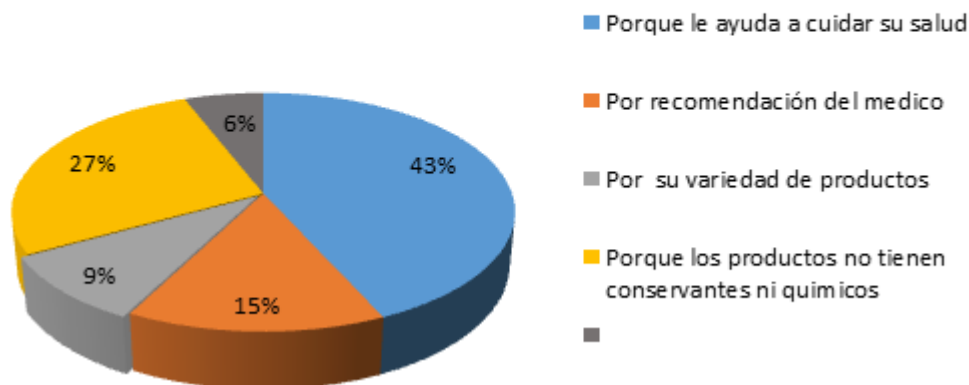
Cuadro 16. Pregunta 4 porque le gusta la comida saludable

Porque le gusta la comida saludable		
Tipo de Gusto	Cantidad de Personas	% Cantidad de personas
Me ayuda a cuidar la salud	51	43,22%
Por recomendación del medico	17	14,41%
Por su variedad de productos	11	9,32%
Los productos no tienen conservantes ni químicos	32	27,12%
Por su precio y calidad	7	5,93%
Total	118	100,00%

Fuente: los autores

Gráfica 8. % Pregunta 4 porque le gusta la comida saludable

% Porque le gusta la comida saludable



Fuente: Los autores

El diagrama de torta evidencia con el porcentaje más alto del 43% que la gente le gusta la comida saludable porque, le ayuda a cuidar su salud. Y con uno de los porcentajes más bajos del 17% que es por recomendación del médico. Esto es muy

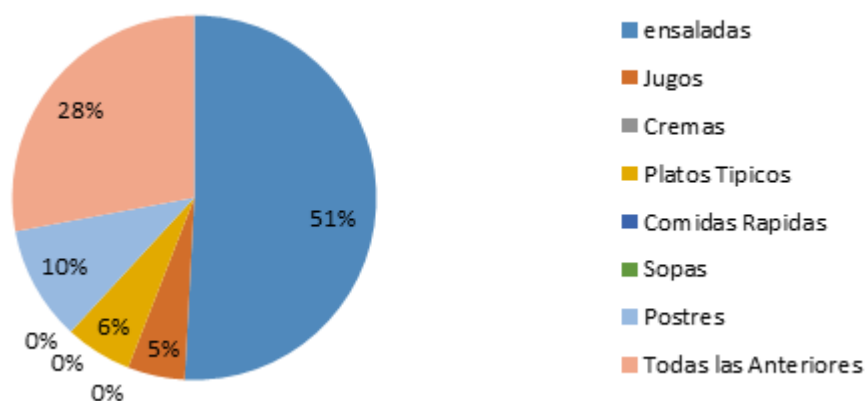
positivo para el Restaurante Bar, ya que las personas tienen conciencia propia de la importancia de consumir alimentos saludables, sin necesidad de un diagnóstico médico.

Cuadro 17. Pregunta 5 que menú le gustaría encontrar en un restaurante

Que menú le gustaría encontrar en un restaurante		
Tipo de Comidas	Cantidad de Personas	% Cantidad de personas
Ensaladas	60	50,85%
Jugos	6	5,08%
Cremas	0	0,00%
Platos Típicos	7	5,93%
Comidas Rápidas	0	0,00%
Sopas	0	0,00%
Postres	12	10,17%
Todas las Anteriores	33	27,97%
Total	118	100,00%

Fuente: Los autores

Gráfica 9. Pregunta 5 % que menú le gustaría encontrar en un restaurante



Fuente Los autores

El diagrama de torta muestra con un porcentaje del 51% siendo el más alto, que a la población le gustaría encontrar en un restaurante ensaladas. Con esto es claro

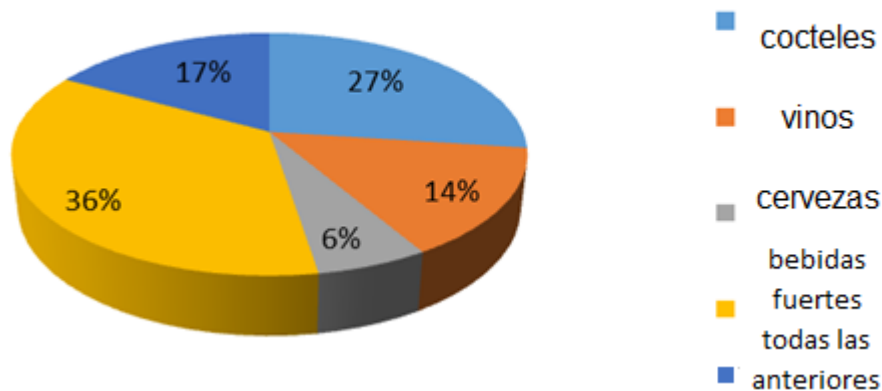
que se debe tener una gran variedad de este producto .por otro lado las cremas, comidas rápidas y sopas no serán significativas en el menú debido a que no fueron de agrado para el público encuestado, puesto que se obtuvo un resultado del 0%.

Cuadro 18. Pregunta 6 qué clase de bebidas le gustaría encontrar en un bar

¿Qué clase de bebidas le gustaría encontrar en un bar?		
Beneficios	Cantidad de Personas	% Cantidad de personas
Cocteles	32	27,12%
Vinos	17	14,41%
Cervezas	7	5,93%
Bebidas fuertes	42	35,59%
Todas las anteriores	20	16,95%
Total	118	100,00%

Fuente: Los autores

Gráfica 10. Pregunta 6 % qué clase de bebidas le gustaría encontrar en un bar?



Fuente: Los autores

De lo anterior se puede concluir que para la población encuestada, las bebidas con mayor porcentaje son las fuertes con 36% luego le siguen los cocteles con un 27% de participación dado a que éstos son de alta calidad y generan status en quienes los consumen, para lo cual en la implementación del bar el barman debe de estar capacitado en la preparación de toda clase de licores.

Cuadro 19. Pregunta 7 a qué edad cree usted que se debe empezar a comer saludable

A qué edad cree usted que se debe empezar a comer saludable		
A qué edad	Cantidad de Personas	% Cantidad de personas
5 años en adelante	3	2,54%
15 años en adelante	19	16,10%
25 años en adelante	59	50,00%
35 años en adelante	37	31,36%
Total	118	100,00%

Fuente: Los autores

Gráfica 11. % a qué edad cree usted que se debe empezar a comer saludable

A qué edad cree usted que se debe empezar a comer saludable



Fuente: Los autores

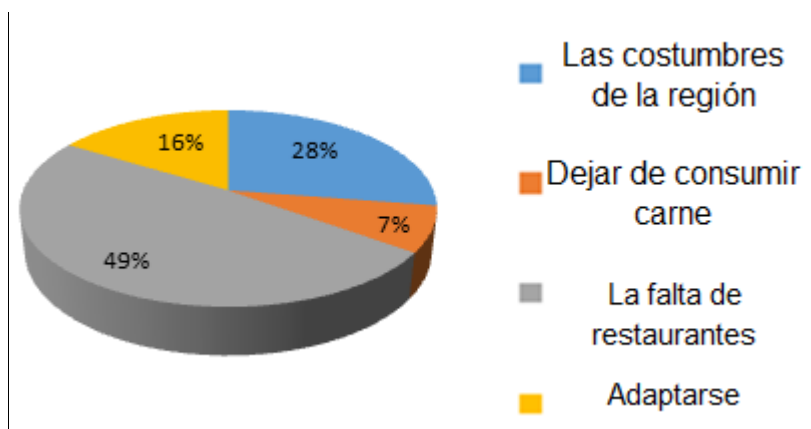
Para identificar si las personas encuestadas tienen adoptadas en su cotidianidad la cultura de la comida tradicional, se les realizó esta pregunta, encontrando que el 52,50% de los encuestados manifestaron que a partir de los 25 años es una buena edad. Con esta pregunta se puede indicar existe un mayor grado por el consumo de alimentación saludable y aunque este sea un alto porcentaje, es determinante en el plan de mercadeo realizar una sensibilización a la comunidad sobre el tema para que la estrategia de incorporar una alimentación sana sea exitosa.

Cuadro 20. Pregunta 8 cuál cree que sería una desventaja de la comida saludable

Cuál cree que sería una desventaja de la comida saludable		
Desventaja	Cantidad de Personas	% Cantidad de personas
Las costumbres de la región	35	29,66%
dejar de comer carnes	6	5,08%
La falta de restaurantes vegetarianos	58	49,15%
Adaptarse	19	16,10%
Total	118	100,00%

Fuente: Los autores

Gráfica 12. % Pregunta 8 cual cree que sería una desventaja de la comida saludable



Fuente: Los autores

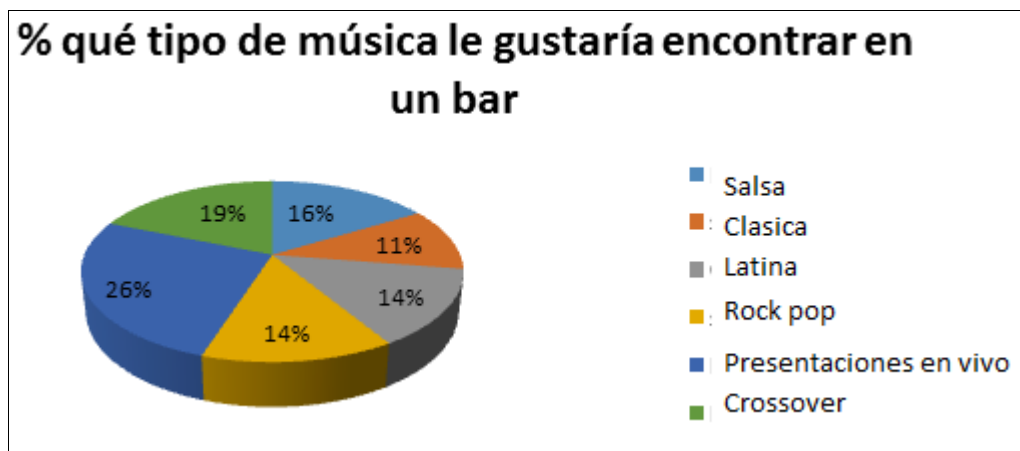
Con esta pregunta se encontró que el 49% de las personas manifestaron que es la falta de restaurantes saludables, frente a un 7% que manifestó que la desventaja es dejar de comer carnes. Con esta pregunta se puede concluir que si es viable la realización de una campaña incluir a la comunidad comida saludables.

Cuadro 21. Pregunta 9 qué tipo de música le gustaría encontrar en un restaurante y bar respectivamente

Qué tipo de música le gustaría encontrar en un bar		
Tipo de Música	Cantidad de Personas	% Cantidad de personas
Clásica	9	11,00%
Latina	13	14.00%
Presentaciones en vivo	54	26.00%
Rock pop	11	14.00%
Crossover	16	19.00%
Salsa	15	16.00%
Total	118	100,00%

Fuente: Los autores

Gráfica 13. % qué tipo de música le gustaría encontrar en un bar



Fuente Los autores

De lo anterior se puede observar que la presentación en vivo tiene mayor participación con el 26% y crossover con el 19% lo cual indica que hay una referencia en apoyar a los artistas locales en sus talentos y al escuchar música variada con diferentes estilos esto se debe de tener en cuenta por el restaurante para analizar los costos que se generan para poder atender las necesidades del mercado.

Cuadro 22. Pregunta 10 como le gustaría que fuera la decoración y el ambiente del restaurante

Como le gustaría que fuera la decoración y el ambiente del restaurante		
Decoración	Cantidad de Personas	% Cantidad de personas
Estilo europeo	12	10,17%
Estilo Oriental	5	4,24%
Clásico Natural	68	57,63%
Innovador y relajado	33	27,97%
Total	118	100,00%

Fuente: Los autores

Gráfica 14. Pregunta 10 % como le gustaría que fuera la decoración y el ambiente del restaurante

Como le gustaría que fuera la decoración y el ambiente del restaurante



Fuente: Los autores

Por último se preguntó sobre cómo le gustaría que fuera la decoración y el ambiente del restaurante, obteniendo un 41% un lugar innovador y relajado, 38% la aceptación de un lugar clásico y natural, el 15% prefieren un estilo europeo y un 6% prefieren un estilo oriental, los resultados son excelentes para el restaurante bar Tástaro , ya que el factor diferenciador del proyecto está enfocado en un ambiente relajado y natural, y en la ilustración se evidencia estos elementos tienen la participación más alta.

2.4 PLAN DE MERCADEO

En este entorno se podría realizar una estadística con censos para poder identificar la disposición de la gente y del mercado en relación a la idea de negocio, de esta manera se lograra obtener conocimiento aproximado de los consumidores que podrían convertir en posibles clientes. Indagando el sector se logrará conocer las falencias y fortalezas que se tengan del proyecto, los resultados se tendrán en cuenta para la estrategia de competitividad en el mercado.

Al estudiar el sector de negocio se encuentra un consumidor muy variado, por lo que conlleva a preparar una gastronomía variada. Es una organización que pertenece al sector comercial porque se destina a la preparación de alimentos para el consumo humano, por eso utiliza materias primas y productos semielaborados, como en este tipo de negocio.

Son productos fabricados y destinados a consumidores que laboran, habitan o visitan el sector del peñón para satisfacer una necesidad básica como lo es la alimentación. El mercado que se maneja es especializado con pocos competidores si bien hablamos de la localización en la cual se ubicara, se puede decir que inicialmente la competencia es un poco fuerte debido a que los restaurantes aledaños ya se encuentran posicionados en el mercado, pero con publicidad y buen servicio e innovaciones que se va a manejar, se ganará la lealtad de los futuros clientes, se considera que el éxito está en un excelente menú el cual estará elaborado por un buen chef, junto a esto está el valor monetario que se manejan en los productos, Los precios a manejar son ajustables para la sociedad que se encuentran alrededor del Restaurante Bar, hay diferentes tipos de clientes unos con ingresos sobre el SMMLV y por debajo de 1.000.000 como por ejemplo (Auxiliares, Recepcionista, Universitarios), entre otros y otros por arriba del 1.000.000 como por ejemplo (Médicos, Gerentes, Jefes, Profesionales), entre otros. Por lo tanto se maneja una base de los precios que estén manejando los restaurantes vecinos con el fin de adquirir posicionamiento en el mercado objetivo.

La idea de manejar precios que se acomoden al bolsillo del cliente, es llevando una buena investigación de proveedores y sitios en donde suministren variedad y precios bajos que se va a utilizar para la preparación del menú a ofrecer.

2.4.1 Estrategia de precios. Iniciando actividades el Restaurante Bar Tástaro no maneja crédito en sus ventas, ya que este necesita ingresos inmediatos para seguir invirtiendo en el talento humano, productos, servicios e instalaciones; a futuro se puede estudiar posibilidades de créditos e implementarlos. Adicionalmente el margen de utilidad unitaria para cada producto será del 40%.

Pensando en la viabilidad de fundar el restaurante, lo principal será llevar un desarrollo comercial, económico y financiero, dentro de los parámetros establecidos en el sector gastronómico. Llevar un costo adecuado y coordinado con cada uno de los materiales que se utilizarán en la ejecución de los procesos para el desarrollo de las diferentes actividades cotidianas.

Para lograr impactar en un mercado tan amplio y tan creciente como el de la ciudad Santiago de Cali, se debe tener en cuenta algunos puntos:

- Principalmente se debe tener en cuenta que las personas, buscan reducir todos los costos posibles para favorecer su propia economía. el Restaurante Bar Tástaro cuenta con precios asequibles en sus productos, lo cual le brinda una entrada rápida al mercado al que se encuentra dirigido y de esta manera lograr sobrevivir a una posible guerra de precios.
- Establecer un margen de precios (mínimo y máximo).
- Adquirir conocimientos de cómo se va a realizar el desarrollo del Restaurante Bar Tástaro en el futuro mercado objetivo, de las demandas que se han de tener presentes y las referencias del servicio ofrecido; que permita llegar a un posicionamiento característico y reconocido por los clientes, ya que ellos son los que han de precisar los modelos logísticos del desarrollo operacional.

2.4.2 Estrategia de venta. El Restaurante Bar Tástaro enfatizara en las siguientes características de los productos, en el proceso de venta.

- Por ser productos orgánicos, el principal atributo que tienen los platillos ofrecidos por el Restaurante Bar Tástaro a los posibles clientes, es que no contienen plaguicidas y herbicidas; los cuales son sustancias altamente peligrosas que atentan contra la salud de las personas.
- Los espacio de zona verde, hamacas , riachuelos y la fuente de los deseos para brindar un ambiente de confort y relajación a cada uno de los clientes,
- Un excelente servicio al cliente. la atención antes, durante y después de la compra. La agilidad y cumplimiento brindado por el mesero.

Las siguientes estrategias son el resultado del análisis desarrollado, con el fin de mejorar los aspectos relacionados, con las carencias que presenta el Restaurante Bar Tástaro.

La primera de las estrategias se enfoca en aquellos clientes que necesitan un mayor esfuerzo de venta. Tiene que ver con el desarrollo de un plan de mercadeo, en responsabilidad del gerente del Restaurante Bar Tástaro, el cual se encargara diariamente de elaborar planes de seguimiento y un desarrollo más competitivo para los productos con el fin de permitir al restaurante, acceder al mercado que no tenga participación y mantener fidelizados a los diferentes clientes que ya lo frecuentan. Al mismo tiempo mejorar la posición de competitividad que se tendrá frente a los demás negocios, que se mueven en el mismo sector.

La ampliación geográfica se logrará con el desarrollo del plan de mercadeo, ya que dejara como resultado un mejor direccionamiento del rumbo del restaurante. Lo cual permitirá capturar las nuevas tendencias del mercado al que sirve y por consiguiente, implantarlas y lograr la ampliación del restaurante bar Tástaro; a su vez lograr desarrollar nuevos productos y servicios que permitan mantenerlo en una posición competitiva por largo tiempo y asegurar un crecimiento económico permanente..

Se establecerá un manual de funciones, con el fin de determinar que debe hacer cada persona en su puesto de trabajo, y así delimitar y asignar las responsabilidades respectivas. Con esto se conseguirá un mejor ordenamiento de la parte funcional del restaurante.

Se implementarán patrones de incentivos, tanto remunerados como no remunerados, que permitan motivar adecuadamente al personal. Los incentivos deben establecerse de forma grupal, incluyendo a todas las áreas del restaurante o también a nivel sectorial, según las metas propuestas. Es importante que se recalque el hecho de que estos incentivos, se logran mediante la cooperación y esfuerzos efectivos, de cada uno de los integrantes del restaurante. Esto permite establecer un alto nivel de compromiso y sentido de pertenencia con el lugar de trabajo.

El cubrimiento geográfico inicial que tendrá el Restaurante Bar Tástaro será el sector perteneciente a la comuna 2 y 3 de Santiago de Cali.

2.4.3 Estrategia promocional. Las acciones que se emprenderán para dar a conocer el “Restaurante Bar Tástaro” y a su vez lograr impulsar las ventas serán:

Publicidad: mediante perifoneo, tarjetas de presentación, volantes, afiches, publicaciones en redes sociales y calendarios.

El plan de publicidad se realizará con el propósito de dar a conocer el Restaurante, para que los futuros clientes identifiquen rápidamente el mismo, es decir cuando la gente piense en comer, la imagen que le proyecte su mente sea la de “Restaurante Bar Tástaro”.

La empresa ejecutará eventos de promociones y descuentos según lo requiera las diferentes temporadas en la oferta y la demanda.

El presupuesto asignado para la publicidad es de \$300.000. Distribuidos de la siguiente manera:

Cuadro 23. Publicidad

Descripción	Cantidad	Valor
Perifoneo.	Mensual	\$40.000
Tarjetas de Presentación.	1000 unidades.	\$24.000
Volantes.	1000 unidades.	\$45.000
Afiches.	5 unidades.	\$60.000
Pendones.	2 unidades.	\$35.000
Calendarios.	1000 unidades.	\$36.000
Pauta Publicitaria TV.	Quincenal.	\$50.000

Fuente: Los autores

El restaurante debe hacer el despliegue publicitario de comercial radial mediante determinadas emisoras de la ciudad de Santiago de Cali, dirigida a los estratos cuatro, cinco y seis. Se debe establecer un cronograma el cual permita establecer cuantas veces a la semana saldría el comercial y en que horarios. (Ver anexo 1)

Como complemento al aspecto publicitario, se elaborará un folleto con el propósito de dar a conocer una muestra de la variedad de platos que se ofrece. Esto se empleará en el momento en que se brinde información a clientes potenciales del restaurante. (Ver Anexo 2)

La adquisición de un programa que desarrolle varias funciones administrativas e incluya una base de datos, la cual será nutrida principalmente con los clientes especiales sin dejar a un lado los clientes casuales. En la base de datos se debe incluir el nombre de la persona, la dirección y un teléfono ya sea el de la residencia o el de la oficina y también el correo electrónico.

La recolección de los correos electrónicos se debe desarrollar cada dos meses y de esos dos meses utilizar tres semanas, con el fin de no molestar al cliente. Se puede empezar tomando como referencia los primeros dos meses del año, dejando de por medio el siguiente mes y así sucesivamente para todo el año. Es claro que la

recolección de estos debe estar incluida en una encuesta en donde también se puedan calificar otra serie de servicios que el restaurante tiene, además se debe informar al cliente para que se estén recogiendo estos correos.

Cuando se recojan todos estos correos, se deben ingresar a la base de datos, con el fin de enviar mensajes, sobre lo eventos que el restaurante va a realizar.

Cuando no haya un evento especial, se puede pensar en enviar un correo semanal, especificando el plato que se ofrecerá para la semana y las novedades que se tengan en cuanto a licores. En este correo electrónico se debe incluir el eslogan que se haya adquirido, con el fin de reforzar la imagen de este. (Ver Anexo 3)

2.4.4 Estrategia de distribución. La logística y estructuración de los diferentes insumos que se utilizan en la preparación de los diferentes platos del Restaurante Bar Tástaro, es otro factor a considerar, porque no se puede permitir que el costo de oportunidad que genera el hecho de no tener determinado insumo para la preparación de algún producto vaya a afectar el perfecto funcionamiento del restaurante. Este aspecto se debe estar íntimamente relacionado con los proveedores, o en el mejor de los casos hacerlos parte del negocio, lo que permitirá un mayor grado de compromiso.

Estrategia: La estrategia de distribución es una decisión a largo plazo que debe estar conectada con el resto de acciones o decisiones como son los productos a vender, los precios practicados, la política de comunicación y la política de atención al cliente en la post-venta.

Conocer los posibles usos del producto. Incluso los productos o los negocios más sencillos pueden tener más usos de los que en un principio se pudieran plantear. El Restaurante Bar Tástaro puede además de servir comida en su establecimiento, ofrecer el servicio de organizar eventos. Aunque el fin principal es la calidad en el menú. Pero el tipo de cliente y la forma en la que el producto llega al cliente final pueden ser totalmente distintos.

Conocer los tipos de posibles clientes que pueden necesitar el producto. Asociados a conocer los usos posibles del producto, se necesita conocer los perfiles de los distintos tipos de clientes, ya que cada tipo de cliente va a requerir de una forma distinta de obtener el producto, de prestación, de precio, de comunicación y de atención al cliente.

Objetivos para marketing. Es conveniente establecer unos objetivos cuantitativos y cualitativos para cada uno de los tipos de clientes o formas de distribución del Restaurante Bar Tástaro. Los objetivos cuantitativos se establecen a través de lo facturado, los objetivos cualitativos se basan en realizar presencia de cara al consumidor, una reacción de éste, una posición con respecto a la competencia.

Control del cumplimiento de objetivos: es importante conocer en cada sector el cumplimiento de los objetivos de ventas del Restaurante Bar Tástaro, y realizar un estudio de las razones por las que se cumplen o no se cumplen estos objetivos.

Método de despacho y transporte: El Restaurante Bar Tástaro contara con el servicio de domicilios para asegurar una mayor participación en el mercado, para el cumplimiento de lo anterior se empezara por repartir tarjetas y volantes en lugares públicos y zonas de alto tránsito de personas; de esta manera los posibles clientes contaran con los datos pertinentes para solicitar domicilios y visitar el Restaurante Bar Tástaro.

Iniciando las actividades, el gerente será quien tome el pedido de los clientes que soliciten domicilios, luego realiza la solicitud al chef, una vez esté listo el pedido, el gerente coordina con el transportador para proceder con la entrega de lo requerido .para realizar una entrega rápida y oportuna el medio de transporte que se utilizara será una moto. También se debe implementar una planilla donde se lleve a cabo el control de los domicilios despachos, a cargo del responsable de su manejo, quien al finalizar la jornada hará entrega al gerente y de esta manera se llevara un control de indicadores, donde se mida:

- Los clientes potenciales
- Clientes casuales
- Tiempo de entrega
- Pedidos a tiempo
- Nivel de satisfacción en los clientes
- PQR (peticiones, quejas y reclamos)
- Pedidos completos y en perfectas condiciones
- Contratiempos

Con los indicadores mencionados anteriormente se lograra que el Restaurante Bar Tástaro, tenga la posibilidad de fortalecer falencias en el proceso de despacho y trabajar en el mejoramiento continuo.

Políticas de inventario: para que los insumos y materia prima se mantenga en un stop adecuado, se debe estar pendiente de las variaciones que tengan las ventas, y realizar ajustes moderados en el inventario, de lo contrario se puede correr el riesgo de que sobre o falte los insumos y materia prima requerida en el proceso de producción.

Teniendo en cuenta que en el inventario del Restaurante Bar Tástaro se tienen varios productos, se encontrara que la rotación es diferente para cada uno, lo que se debe implementar es el cálculo de ventas de los productos indispensables, y manejar un control permanente en el resto de inventario, planear y controlar las compras de los insumos y materias primas para evitar excesos y pérdidas de inventario.

El Restaurante Bar Tástaro no tiene problemas de bodegaje ya que se encuentra acondicionado con el espacio, señalización, estructura y ubicación requerida para almacenar todos los insumos y materia prima, para la elaboración de los productos solicitados.

2.4.5 Políticas de servicios. El mecanismo que se utilizar para desarrollar el servicio al cliente en el área de comedor está representado en los siguientes aspectos:

- Tiene que ver con la atención que le brinda el mesero en el momento de desarrollar su servicio. En este proceso el mesero ofrece algún plato en especial y escucha los requerimientos de la persona o personas que está atendiendo. Luego toma el pedido para su posterior elaboración. Después de este proceso lleva los productos requeridos por el cliente y se constata que sea lo requerido por este.
- Consiste en preguntar si el plato servido, es del gusto del cliente o si tiene alguna objeción al respecto. En el caso de tener alguna objeción se procede a corregir el inconveniente en el menor tiempo posible.
- tiene que ver con la verificación del servicio en general teniendo en cuenta que el cliente haya tenido o no algún problema.
- Se enfoca en las posibles sugerencias que este pueda hacer, porque para este paso el cliente ha sido participe de todo el desarrollo del servicio. Esto se hace con el fin de mejorar y satisfacer nuevas necesidades que los clientes actuales puedan tener y en lo mejor de los casos solucionar esas propuestas, para el día en que ellos decidan volver.

Dentro de los elementos relevantes para el cliente en el desarrollo de un excelente servicio, tienen cabida la velocidad, la atención, la agilidad y cumplimiento con que se le da respuesta a todas sus inquietudes y requerimientos. Estos elementos son la base fundamental, pues generan ventajas competitivas, que permitirán categorizar y clasificar el servicio que se presta en cualquier establecimiento y con mayor razón en este tipo de negocios representados en especial por el Restaurante Bar Tástaro.

En el perfil del cliente la mayoría son personas adultas que laboran y/o estudian en el sector. Se busca conocer a fondo sus gustos, por eso cada detalle que le guste

será tenido en cuenta, el plato que más les guste y algo muy importante tener presente su nombre, haciendo que el cliente se sienta como en casa. Este mercado es bastante exigente donde el cliente en muchas ocasiones es insatisfecho por tal motivo busca nuevas opciones.

2.4.6 Tácticas de ventas. El Restaurante Bar Tástaro tendrá fuerza propia de ventas, conformada por el mesero y el barman. El gerente general será el encargado de controlarlos, capacitarlos y remunerarlos.

Para lograr un control efectivo en la fuerza de ventas, se debe establecer un manual de servicio al cliente, enfocado a todas las personas que interactúan con los clientes, este manual debe contener el entrenamiento y capacitación que cada empleado debe aprobar, mediante un examen de conocimientos y actitudes, con el fin de establecer patrones de rendimiento y capacidad de adaptación a diferentes circunstancias. La remuneración estipulada para la fuerza de venta será de 1 SMMLV.

Es conveniente que en la mayoría de los casos el gerente le pregunte al cliente como le pareció el servicio, la atención y el tipo de comidas y bebidas que consumió, con el fin de obtener una acertada retroalimentación por parte del cliente.

Se capacitará al personal, con un enfoque en técnicas de venta, que permita representar adecuadamente los diferentes productos y servicios del Restaurante Bar Tástaro. También se deben programar capacitaciones continuas durante todo el año en las áreas mencionadas anteriormente, y en horarios que sean de fácil acceso para el personal.

Las capacitaciones acordadas serán dictadas por el gerente para reducir gastos, quien debe establecer de forma continua diferentes propuestas a lo largo del año, de esta manera el personal tendrá nuevas instrucciones y enseñanza, principalmente sobre nuevas técnicas de servicio al cliente. Es importante recalcar que dentro de estos cursos, se deben incluir aspectos de protocolo y buenos

modales, con el fin de enriquecer la formación de cada uno de los integrantes del servicio al cliente y esto permite también ir actualizando el manual de funciones.

Se deben establecer cursos, de mercadeo y ventas, con el fin que el mesero y el barman, sepan cómo vender el producto y como potencializar las cualidades del mismo, con el fin de obtener una venta efectiva. Con esto gana el restaurante, al vender de mejor forma sus productos, y también gana el personal de servicio al cliente, al contar con una capacitación, que le ayudará a desarrollarse de mejor forma en su aspecto laboral.

La fuerza de ventas no tendrá metas comerciales; pero si serán evaluados mediante una serie de encuestas cortas, que permitan incluir diferentes tipos de preguntas haciendo alusión a la calidad del servicio prestado. Estas encuestas deben ser entregadas por el mesero y el barman, y cuando hayan sido llenadas, deben ser puestas en una urna sellada, con el fin que el cliente no se sienta presionado a contestar lo que en no le parece. (VER ANEXO 4)

Estas encuestas se deben hacer en un periodo prudencial preestablecido, evitando generar incomodidad en los clientes que asistan al Restaurante Bar Tástaro.

Cuando el mesero termina su servicio, debe recoger todo lo que haya quedado en la mesa para luego proceder a arreglarla como al principio del turno, este proceso se hace una y otra vez durante el servicio, según la utilización de las mesas.

El mesero al terminar el turno, debe recoger todo lo que tenga que ver con manteles, cubiertos y demás elementos que se ponen sobre las mesas, con el fin de organizarlos y ubicarlos en el lugar de lavado, en el caso de los manteles, cubiertos, vasos y servilletas.

3 ESTUDIO TÉCNICO

3.1 INTRODUCCIÓN

El análisis realizado al capítulo está enfocado en los elementos que componen la ingeniería del proyecto, con el propósito de verificar que actividades se deben realizar, como planificarlas y determinar los procesos para brindar el servicio del Restaurante Bar Tástaro de una manera adecuada, de igual forma la maquinaria y equipo requerida, materias primas e insumos para la elaboración de los productos a comercializar, con el fin de obtener la información necesaria para la elaboración del presupuesto, análisis financiero, localización y tamaño del proyecto.

3.2 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Por medio de la Ingeniería del proyecto se podrá elaborar la programación de las tareas a través de diagramas de flujo basado en tiempos y movimientos de las diferentes actividades a desarrollar en la prestación del servicio. Además de identificar los equipos e instalaciones requeridas para la ejecución de las actividades y operaciones contempladas en los procesos necesarios para el óptimo funcionamiento del Restaurante Bar.

A continuación se detalla la identificación y descripción de procesos (el cual se representa en el punto 3.2.3 de este trabajo en la ilustración 43 Proceso de atención) los cuales muestran el paso a paso de la atención, además de los tiempos que se incurren desde la entrada del cliente al establecimiento hasta el pago de la factura.

- Proceso para la elaboración de bebidas.

1- En el momento en que llega el cliente al establecimiento, el mesero señala las mesas disponibles y ubica de inmediato a los clientes.

2- Posteriormente el mesero entrega la carta y se retira 40 segundos aproximadamente para que los clientes la observen detenidamente. Luego el mesero se acerca y toma el pedido correspondiente.

3- Después el mesero entrega el pedido en la barra para así poder elaborar inmediatamente el producto.

4- El barman toma los ingredientes (licores) necesarios para la elaboración de la bebida, los mezcla y así obtiene el coctel solicitado por el cliente.

5- Luego de elaborada, se decora la cristalería que se va a utilizar para el producto requerido por el cliente, ya sea cocteles, cerveza, licores, jugos, malteadas o bebidas a base de café.

6- El barman entrega el producto terminado al mesero en la barra.

7- el mesero entrega el pedido al cliente con sus respectivas servilletas y porta vasos.

8- Luego de que el cliente termine de consumir, el mesero se acerca para tomar un nuevo pedido, en caso que el cliente desee algo más se repite el proceso anterior. De lo contrario se recoge el envase y/o cristalería.

9- De inmediato el mesero solicita la cuenta de la mesa en retiro, se la entrega al cliente, recibe el dinero y lo entrega en la caja.

10- Por último el mesero entrega la factura o el Boucher con el cambio al cliente y procede a limpiar la respectiva mesa.

- Proceso para la elaboración de alimentos

1- En el momento en que llega el cliente al establecimiento, el mesero señala las mesas disponibles y ubica de inmediato a los clientes.

2- Posteriormente el mesero entrega la carta y se retira 40 segundos aproximadamente para que los clientes la observen detenidamente. Luego el mesero se acerca y toma el pedido correspondiente.

3- Después el mesero entrega el pedido en la cocina para así poder elaborar inmediatamente el producto.

4- El cocinero toma los ingredientes previamente cocidos y refrigerados, para preparar el plato seleccionado por el cliente.

5- Luego de elaborado el plato, se decora los utensilios y la cristalería que se van a utilizar para la presentación del producto requerido por el cliente.

6- Simultáneamente el mesero alista los cubiertos, servilletas e individuales para llevarle al cliente.

7- El cocinero entrega el plato al mesero en la barra.

8- Posteriormente el mesero entrega el plato al cliente con sus respectivas servilletas e individuales.

9- Luego de que el cliente termina de consumir los alimentos, el mesero se acerca para tomar un nuevo pedido, en caso que el cliente desee algo más se repite el proceso anterior. De lo contrario se recoge la mesa.

10- De inmediato el mesero solicita la cuenta de la mesa en retiro, se la entrega al cliente, recibe el dinero y lo entrega en la caja.

11- Por último el mesero entrega la factura o el Boucher con el cambio al cliente y procede a limpiar la respectiva mesa.

- Diagramas de flujo.

Los diagramas de flujo permiten mostrar con mayor detalle las transformaciones a que son sometidos los insumos hasta obtener el producto final. Incluye

operaciones, inspecciones, transportes, demoras y almacenamientos. También facilita la inclusión de distancias recorridas y tiempos.

Para este caso los diagramas de flujo muestran el proceso de los productos (alimentos y bebidas), además de los tiempos que se incurren desde la entrada del cliente al establecimiento hasta el pago de la factura.

- Elaboración de Cocteles.

El diagrama de flujo para la elaboración de cocteles permite ilustrar los procedimientos desde el ingreso de la materia prima y manejo de la misma, hasta la preparación y entrega del producto al consumidor final. En este diagrama no se manejan los tiempos y movimientos debido a que algunas actividades no se realizan el mismo día.

Cuadro 24. Actividades elaboración de cocteles

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD
1	Recepción de licores
2	Inspección de la materia prima
3	Traslado a la bodega
4	Almacenamiento
5	Surtir los exhibidores
6	Organizar la cristalería
7	Alistar la decoración
8	Decorado de la cristalería
9	Adecuación de implementos (maquinaria)
10	Mezcla de licores
11	Espera
12	Inspección de la mezcla obtenida
13	Servir el cóctel en la cristalería

Fuente: Los autores

- Elaboración de alimentos.

El diagrama de flujo para la elaboración de alimentos permite ilustrar los procedimientos desde el ingreso de la materia prima y manejo de la misma, hasta

lograr el producto final. Cabe mencionar que se realizó de forma genérica, debido a que no todos los alimentos tienen el mismo proceso y tiempo de producción.

Cuadro 25. Actividades elaboración de alimentos

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD
1	Recepción de la materia prima
2	Inspeccionar el producto recibido
3	Trasladar a la bodega
4	Almacenamiento
5	Traslado a la cocina
6	Picar ingredientes
7	Realizar mezcla
8	Inspección de la mezcla obtenida
9	Cocción de los alimentos
10	Espera
11	Alistamiento de la decoración
12	Decorado de la vajilla
13	Servir

Fuente: Los autores

- Capacidad de Producción.

La capacidad de producción está vinculada directamente con la alta demanda de los días viernes y sábado, ya que los estudios realizados arrojan como resultado que son éstos los días de mayor afluencia de público en este tipo de establecimientos. Para esta oportunidad de negocio se estima una demanda de 20 a 30 personas aproximadamente. Por consiguiente debe haber una distribución como mínimo de 6 mesas de 4 puestos cada una y una barra con disposición de 4 sillas altas. Debido a que la encuesta aplicada a los residentes y transeúntes, demuestra que les gusta asistir a este tipo de eventos en grupo.

Para la elaboración de los productos y bebidas del Restaurante Bar se requiere tener en inventario:

Cuadro 26. Inventario de productos

Producto	cantidad por kilo	Producto	cantidad por kilo
arroz corriente por kilo	50	azafrán	2
arroz integral	25	guisantes	5
lechuga por kilo	12	zanahorias	25
pimentón por kilo	25	plátano	22
ajo por kilo	9	azúcar morena	25
espinaca atado	9	haba	50
aceite de oliva	12	cilantro	9
Sal	50	naranja valencia	50
Mandarina oneco por kilo	10	bacardi mojito x 750 ml	3
almendra por kilo	4	brandi domecq x 750	12
Margarina	10	cerveza heineken	24
vinagre manzana	1	crema de whisky	3
limón común	72	vino espumoso undurraga rose x 750	4
pimentón dulce	2	tequila José cuervo	2
Pimienta	1	vino alta cocina tinto dulce	3
vino blanco chardonay	4	vino alta cocina tinto seco	3
cebolla cabezona blanca	25	vodka absolut botella	4
cebolla cabezona roja	25	whisky buchanan´s 18	2

Fuente: los autores

3.2.1 Producto. Algunos de los productos a ofrecer por el Restaurante Bar serán:

Imagen 1. Menú 1: ensalada verde (para 4 personas)

ENSALADA VERDE

Ingredientes
220 g de lechugas mixtas
220 g de hojas de espinacas
2 mandarinas
60 g de almendras tostadas y cortadas en láminas (opcional)
2 aguacates en tajadas
Condimentos
2 cucharadas de vinagre de manzanas
2 cucharadas de miel
1 taza de leche evaporada
¼ taza de aceite
Sal y pimienta al gusto



Fuente: Los autores

Procedimiento

Colocar en una ensaladera las espinacas y las lechugas picadas con la mano, mezclar, poner sobre ella la palta cortada en tajadas, los gajos de mandarinas y las almendras. Preparar el aliño mezclando todos los ingredientes en el recipiente. Verter sobre la ensalada al momento de servir.

Información nutricional por porción:

Energía 100 kcal

Proteínas 3 g

Grasa total 6,5 g

Colesterol 2,4 mg

Carbohidratos 8,10 g

Fibra 2,8 g

Sodio 226 m

Imagen 2. Menú 2: ensalada crocante (para 12 personas)



ENSALADA CROCANTE

480 gr de pan tostado crutones
320 gr de zanahorias
330 gr zapallo
200 gr cebollines
550 g de habas
240 ml taza de yogurt natural descremado
Sal, pimienta al gusto
210 gr taza de perejil picado fino
4 cucharadas de aceite de oliva
Gotas de vinagre balsámico o jugo de limón

Tastaro

The image shows a menu card for 'ENSALADA CROCANTE'. On the left, there is a list of ingredients in white text on a dark blue background. On the right, there is a photograph of the salad in a wooden bowl, garnished with croutons and tomatoes. Above the photo is the 'Tastaro' logo, which features a stylized green leaf and a blue leaf. The background of the menu card is dark blue with white snowflake patterns.

Fuente: Los autores

Procedimiento

Cocer las habas y pelar, cortar en juliana las zanahorias, zapallitos italianos y cebollines, saltear las zanahorias durante 3 minutos, retirar y saltear los zapallitos, aliñar con sal y pimienta y juntar en un bol todos los ingredientes. Preparar los crutones, cortar el pan en cuadritos y poner a tostar en el horno, añadir a la ensalada en el momento de servir.

Información nutricional por porción:

Energía 110 kcal

Proteínas 4,4 g

Grasa total 2 g

Colesterol 1,8 mg

Carbohidratos 16,9 g

Fibra 2 g

Sodio 240 mg.

Imagen 3. Menú 3: arroz verde



ARROZ VERDE

Ingredientes
420 gr arroz grano largo
210 gr a de cilantro
30 gr de apio
30 gr de ají
30 gr de aceite de oliva
Sal

The image shows a menu card for 'ARROZ VERDE'. It features the 'Tastaro' logo at the top right, which includes a stylized green leaf and a blue leaf. Below the logo is a photograph of a bowl filled with green rice, garnished with fresh green herbs. The text on the left lists the ingredients: 420 gr arroz grano largo, 210 gr a de cilantro, 30 gr de apio, 30 gr de ají, 30 gr de aceite de oliva, and Sal.

Fuente: Los autores

Procedimiento

En una olla, calentar el aceite y sofreír el arroz. Cuando el arroz esté dorado, agregar la sal y el agua. Después de probar el punto de sal, añadir el cilantro picado muy fino, el apio picado y los ajíes pelados, sin pepas y molidos. Remover de inmediato para que sus sabores se incorporen al arroz. Dejar que hierva. Tapar y cocinar a fuego bajo durante 20 minutos.

Información nutricional por porción:

Energía 428 kcal

Proteínas 28,8 g

Grasa total 12,95 g

Colesterol 68 mg

Carbohidratos 47,1 g

Fibra 3,6 g

Sodio 331,4 mg.

Imagen 4. Coctel 1: bitter cordial



Fuente: Los autores

Preparación

En un vaso Old Fashioned, introducir el hielo en cubos y Agitar los ingredientes en la coctelera, Servir en un twist largo.

Imagen 5. Coctel: raspberry fresh lemon squash



Fuente: Los autores

Preparación

En 1 vaso Collins, Introducir hielo en cubos, Decorar con 3 rodajas de Limón en abanico y una frambuesa

Imagen 6. Coctel: polynet



Fuente: Los autores

Preparación

En una copa doble de cóctel, añadir directamente una bola de helado de vainilla
Top up con refresco de naranja Remover lentamente hasta disolver el helado, añadir
hielo frappé o pillé.

3.2.2 Metodología para el estudio de la ingeniería del proyecto. Los objetivos y ámbitos de este proyecto se centran en satisfacer a los clientes con platos y bebidas de calidad, medibles a partir del servicio del Restaurante, por medio de la valoración del desempeño de los trabajadores, para lo cual se establece una evaluación un seguimiento semanal de cada uno de ellos; de tal modo que no lo sientan como una presión sino como una manera de adquirir beneficios con la empresa y así ofrecer un servicio óptimo tanto para los clientes como en el ahorro de desperdicios.

Además de evitar posibles quejas se busca de esta manera identificar las oportunidades de mejora, satisfaciendo tanto al cliente interno como externo por medio de acciones correctivas y preventivas. De tal modo que se consiga así mantener la empresa estable financieramente, con personas comprometidas y procesos efectivos para lograr todas las metas.

La siguiente tabla indica los puntos que se evaluarán a cada trabajador, la cual tendrá un valor ponderado y se consolidará al final del mes con el fin de determinar quién fue el mejor empleado del mes y acreedor del incentivo económico por valor de \$100.000 o descanso de un fin de semana que no sea quincena según el empleado lo prefiera.

Cuadro 27. Ponderación

ponderacion	
excelente	4
bueno	3
regular	2
malo	1

Fuente: Los autores

Cuadro 28. Calificación de méritos

calificación de méritos							
Puesto	Puntualidad	Desperdicios	Sentido de pertenencia	Clima Laboral	Servicio al Cliente	Superación	Total calificación
Gerente							
Chef							
Bartman							
Auxiliar de Cocina							
Mesero							
Servicios Generales							

Fuente: Los autores

Para la implementación de la empresa se requiere una inversión total por valor de \$ 83.468.719, de este valor los socios tienen un aporte por \$ 50.081.232 y el excedente por \$ 33.387.488 correspondientes al 40% faltantes al valor total serán financiados, es de resaltar que el valor para la ejecución no es más alto debido que la empresa no realizara la compra del establecimiento sino que se arrendara un local en el sector el peñón, se contará con 6 trabajadores, por tal motivo según el artículo 43 de la ley 1450 de 2011 se considera una microempresa.

Las instalaciones del Restaurante Bar estarán adecuadas para ubicar 12 mesas, cada una con capacidad de 4 puestos, para un total de 48 personas si cada una de las mesas es ocupada en su totalidad, la cual a medida que el hall sea evacuado permitirá atender mayor cantidad de clientes, es de tener en cuenta que se tendrá servicio a domicilio y a aproximadamente se espera tener un promedio de 10 entregas por día.

Para la adquisición de la maquinaria y equipo se buscó una asesoría, la cual fue brindada por medio de visita realizada a la empresa C. I Talsa S. A, en esta se seleccionaron y evaluaron factores como características técnicas ,capacidad de producción, dimensiones , calidad y garantías . esta información se exponen en las siguientes imágenes:

Cuadro 29. Batidora Sinmag SM-101

<p>marca: SINMAG procedencia: Taiwán FUNCIÓN: Batidoras de banda de trabajo mediano Características generales: Color blanco. Es importante notar que la capacidad total para estos equipos está dada de acuerdo a la densidad del agua, para obtener la capacidad real tenga en cuenta la densidad del batido. Accesorios: Gancho, globo y paleta. Capacidad: 10 litros.</p>	 <p>Fuente: (Sinmag, 2017, fig. 1)</p>
--	--

Fuente: Los autores

Cuadro 30. Cafetera de goteo TH

<p>marca: BRAVILOR Funci3n: La cafetera TH de Bravilor permite tener una bebida cuidadosamente elaborada por el alto dise1o de control de temperatura, haciendo de este equipo un modelo profesional, para tazas de caf3 consistentes muy bien preparadas y con elementos de fabricaci3n de 3ltima tecnolog3a. Capacidad: 19 litros por hora, capacidad para 2.2 litros de caf3. Dimensiones: Alto 668mm x Ancho 235mm x Profundo 358mm. PESO: 5 kilos Especificaciones de instalaci3n: 110 voltios con conexi3n a tierra. Alimentaci3n: El3ctrica. voltaje: 110v watts: 1600 watts</p>	 <p>Fuente: (Bravilor, 2017, fig. 1)</p>
--	--


Fuente: Los autores

Cuadro 31. Estufa SCE 85-6E

<p>Marca: CI TALSA</p> <p>Referencia: SCE85-6</p> <p>Acabado: Acero pulido.</p> <p>Función: La estufa SCE85-6 es un equipo diseñado para el trabajo a nivel industrial. Utilizada en procesos de cocción y fritura de alimentos que requieran de un alto grado de eficiencia térmica para el trabajo en continuo durante largas jornadas.</p> <p>Descripción: Estufa de 6 puestos con quemadores independientes de alta potencia, posee parrillas porcelanizadas que resisten ollas de hasta 50 litros cada una.</p> <p>Características: Construido en acero inoxidable AISI 304 calidad alimenticia. Diseño estructural de alta resistencia para trabajo pesado.</p> <p>Ventajas: Facilidad para efectuar labores de limpieza y mantenimiento. Alta eficiencia en quemadores y posibilidad para regular potencia de los mismos.</p> <p>Dimensiones: 1279 x 1110 x 880 mm (Ax Lx H).</p>	 <p>Fuente: (CI TALSA, 2017, fig. 1)</p>
--	--

Fuente: Los autores

Cuadro 32. Cubicadora de Hielo icemantic modular M202

<p>marca: ICEMATIC</p> <p>Función: Máquina cubicadora modular productora de hielo de forma de cubo.</p> <p>Construcción: Exterior en acero inoxidable.</p> <p>Producción: 215 kg en 24 horas.</p> <p>Capacidad de almacenamiento: No incluida.</p> <p>REFRIGERACIÓN DE</p> <p>La unidad condensadora: Aire.</p> <p>Potencia absorbida: 1000W.</p> <p>Refrigerante: R404a.</p> <p>Dimensiones: 620 x 760 x 575 mm (A x L x H).</p> <p>Peso: 70 kg.</p> <p>Conexión entrada de agua: 3/4".</p> <p>Conexión desagüe: Ø 20 mm.</p> <p>Alimentación: 220V monofásico 60 Hz".</p> <p>Características generales: El corazón de la máquina es el evaporador con sistema de paletas que asegura un perfecto y constante funcionamiento.</p>	 <p>Fuente: (ICE MATIC, 2017, fig. 1)</p>
--	---

Fuente: Los autores

Cuadro 33. Granizadora i-pro 1E

<p>Marca: SPM Procedencia: ITALIA Capacidad de producción: 1 Tanque 11 Litros DIMENSIONES: 20X58X87 (AXLXH) Peso: 39 KG Alimentación: Eléctrica GAS REFRIGERANTE: R404A voltaje: 110V/60Hz watts: 425 función: El exclusivo sistema de aislamiento del tanque, impulsado Por la tecnología I-TANK , la iluminación fría basada en LED y el diseño futurista se mezclan perfectamente con el sistema de control electrónico, operado a través del teclado capacitivo touch screen.</p>	 <p>Fuente: (SPM, 2017, fig. 1)</p>
---	---

Fuente: Los autores

Cuadro 34. Licuadora eclipse HBH 750 hamilton beach

<p>marca: Hamilton Beach función: Licuadora profesional, ideal para restaurantes, puntos de café y bares, que necesitan un equipo silencioso y resistente, que además de preparar una deliciosa bebida con o sin hielo, no interrumpa a los comensales en su conversación o los desconcentre de la actividad que están realizando. Capacidad: Vaso de 1.4 litros, 48 Oz. De capacidad. Peso: 6.3 Kilogramos. Especificaciones de instalación: Eléctrica. VOLTAJE: 110 V.</p>	 <p>Fuente: (HAMILTON BEACH, 2017, fig. 1)</p>
--	--

Fuente: Los autores

Cuadro 35. Horno microondas Menumaster MCS10TS

<p>marca: MENUMASTER</p> <p>Función: Horno microondas de trabajo mediano, para calentar alimentos preparados o alimentos que tengan preparaciones especiales en dicho equipo.</p> <p>Capacidad: 1.2 ft³ (Pies Cúbicos).</p> <p>Dimensiones: Exterior: 558.8 x 482.6 x 349.25 mm (Ax Lx H). Interior: 368.3 x 381 x 216 mm (Ax Lx H).</p> <p>peso: 18.6 kg</p> <p>Construcción: Interior y exterior en acero inoxidable.</p> <p>Tiempo máximo de cocción: 60 Minutos.</p>	 <p>Fuente: (Menumaster, 2017, fig. 1)</p>
--	--

Fuente: Los autores

Cuadro 36. Congelador LUC 350F

<p>Marca: CI TALSA</p> <p>Construcción: Cuerpo en acero inoxidable, presenta nevera con una puerta en la parte inferior, Las parrillas interiores son en acero plastificado. El acero y los materiales son aptos para los alimentos.</p> <p>Referencia: LUC 350 F</p> <p>Características: Sistema de regulación de la temperatura. Método descongelación automático. Unidad y control al lado izquierdo. Rango de temperatura -3° a -24°, Puerta con cierre automático. Con termostato regulable. Sistema de Ruedas.</p>	 <p>Fuente: (CI TALSA, 2017, fig. 1)</p>
--	--

Fuente: Los autores

Cuadro 37. Congelador LFB 771PC

<p>Marca: CI TALSA</p> <p>Referencia: LFB 771PC</p> <p>Materiales: Acero inoxidable y diferentes materiales aptos para el contacto con los alimentos. Es reducido al 30%, que hace que su vida útil sea más larga.</p> <p>Características: Fabricado totalmente en acero inoxidable, interior y exteriormente. Monitor de alta tecnología. La temperatura es controlada por el programa de Micom, que reduce al mínimo la pérdida de la electricidad, manteniendo la temperatura óptima y guardando la frescura del alimento. El diseño de ahorro de energía es estupendo, la instalación del compresor y del condensador son muy eficientes, el tiempo de funcionamiento del compresor.</p> <p>Rango de temperatura: -24°C a -3°C</p> <p>Dimensiones: 680 x 788 x 2100</p> <p>Conexión eléctrica: 110V</p> <p>Peso: 129 KG</p> <p>Capacidad: 20 pies</p>	 <p>Fuente: (CI TALSA, 2017, fig. 1)</p>
--	--

Fuente: Los autores

Cuadro 38. Tostador Sammic TP-20

<p>marca: SAMMIC</p> <p>Función: Tostador eléctrico para panes.</p> <p>Construcción: Construcción en acero inoxidable 18/8.</p> <p>Producción: 240 tostadas por hora.</p> <p>Capacidad: 12 rebanadas.</p> <p>Dimensiones sin soporte: 433 x 635 x 695 mm.</p> <p>Potencia: 2.800W.</p> <p>Peso neto: 11 kg.</p>	 <p>Fuente: (SAMMIC, 2017, fig 1)</p>
---	---

Fuente: Los autores

Adicional a esto se indica que los productos (Platos y Bebidas) serán elaborados con ingredientes naturales y sin conservantes, para así satisfacer las necesidades actuales que existen en el mercado hacia lo nutritivo y saludable. A su vez proporciona al cliente la opción de encontrar un espacio de relajación; que hasta el momento solo lo puede hacer los fines de semana o teniendo que desplazarse a zonas rurales para poder hacerlo.

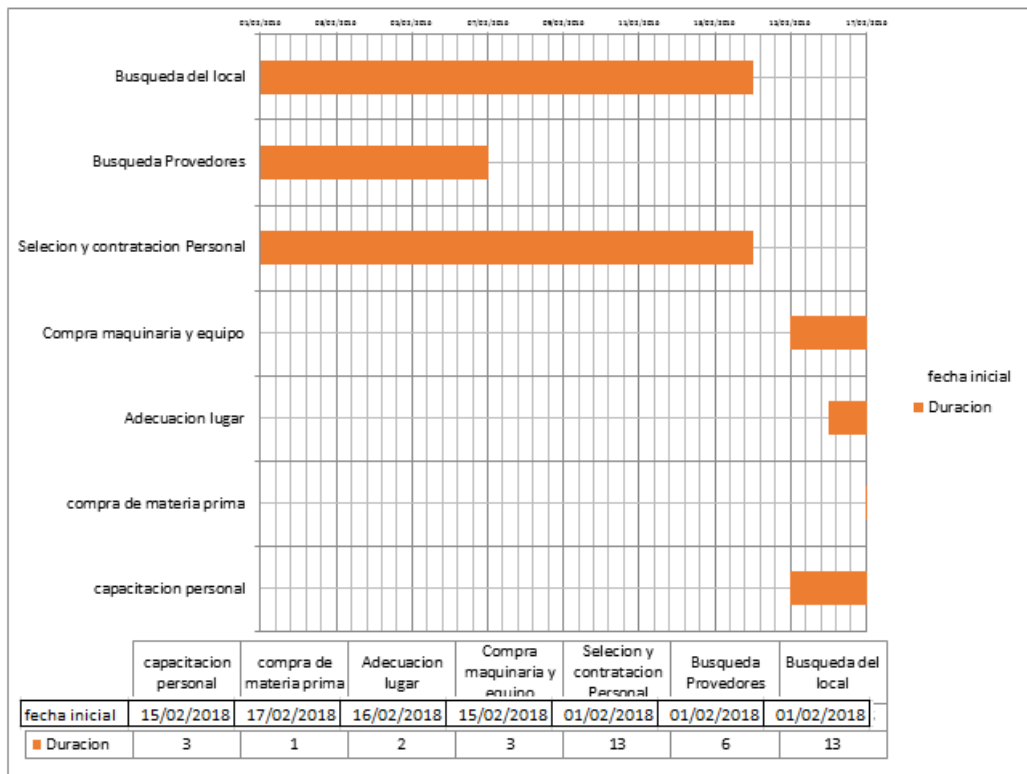
3.2.3 Diagramas y planes de desarrollo. A continuación se indicara los diagramas a tener en cuenta para la ejecución del Restaurante Bar Tástaro:

Cuadro 39. Diagrama de Gantt

Diagrama de Gantt "Restaurante-Bar Tastaro"					
Actividad	Responsable	Periodo		Duración En Días	
		fecha inicial	fecha final		
1 Búsqueda del local	Ronny Hernández	01/02/2017	13/02/2017	13	
2 Búsqueda Proveedores	Leidy Santacruz	01/02/2017	06/02/2017	6	
3 Selección y contratación Personal	Ana Milena Tosse	01/02/2017	13/02/2017	13	
4 Compra maquinaria y equipo	Ronny Hernández	15/02/2017	17/02/2017	3	
5 Adecuación lugar	Leidy Santacruz	16/02/2017	17/02/2017	2	
6 compra de materia prima	Ana Milena Tosse	17/02/2017	17/02/2017	1	
7 capacitación personal	Leidy Santacruz	15/02/2017	17/02/2017	3	

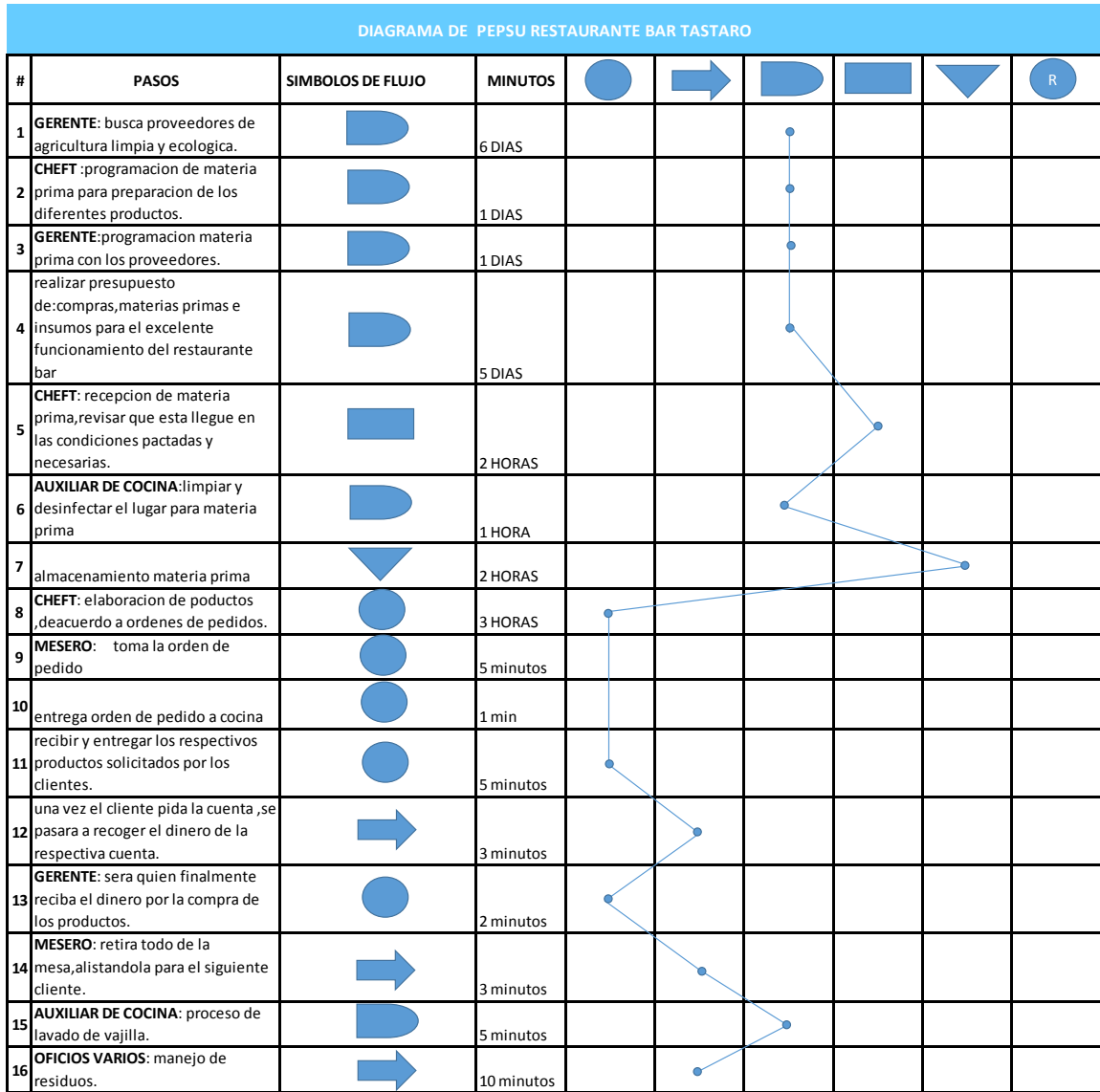
Fuente: Los autores

Gráfica 15. Gráfico de Gantt



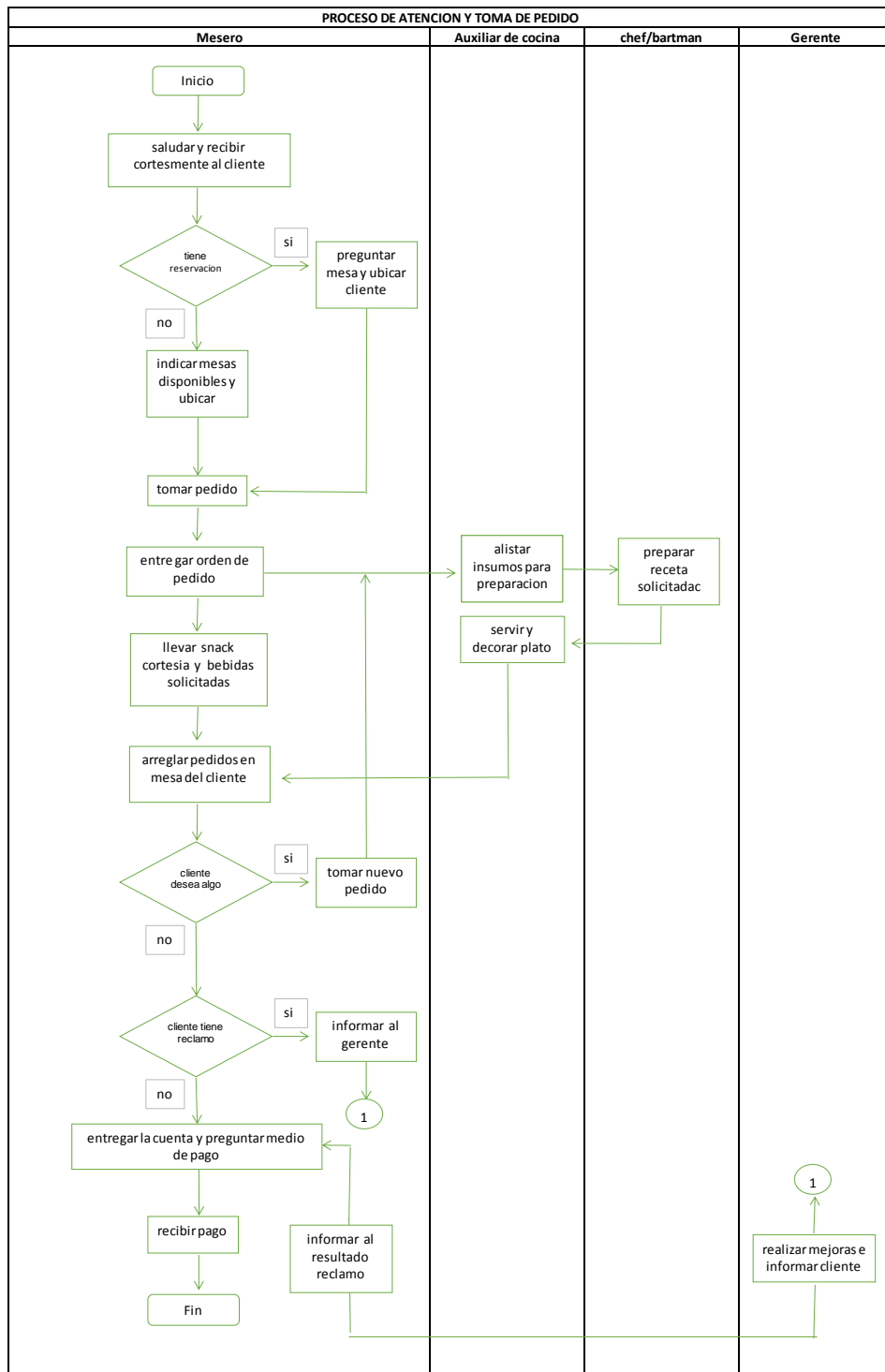
Fuente: Los autores

Figura 1. Diagrama de Pepsu



Fuente: Los autores

Figura 2. Proceso de atención



Fuente: Los autores

3.2.4 Tecnología. La tecnología a utilizar en el Restaurante Bar es importante para que los platos y bebidas sean de alta calidad y suplan las necesidades requeridas para la elaboración; de tal modo que el producto terminado sea entregado a satisfacción del cliente, el cual se muestra en los diagramas de flujo mencionados anteriormente, pues con ellos se evidencia la importancia de tener los materiales adecuados y maquinarias necesarias, para que todos los procesos que se realicen tengan un buen fin y no existan reclamos por parte de los clientes internos y externos. Además se debe de tener en cuenta el software que se va a utilizar para la administración del Restaurante-Bar, debido a que si se maneja contablemente de una manera adecuada se podrá conocer el inventario con el que se cuenta, las ventas y utilidades que se generarán.

Para determinar el tipo de tecnología adecuada se tendrá en cuenta los siguientes factores:

- La cantidad y volumen de producción.
- Características de la tecnología requerida.
- La disponibilidad del capital para su inversión.
- Las tareas y procesos que generan un valor agregado y cuales no son relevantes.
- Las principales necesidades del Restaurante Bar Tástaro.
- Calidad y garantías de la tecnología a utilizar.
- El consumo de energía eléctrica.

3.2.5 Selección del equipo. El proceso de selección de la tecnología requerida se realizó desde un punto de vista técnico y buscando a su vez equipos y maquinaria económicamente eficiente. Lo anterior se logró con la visita realizada por los integrantes del proyecto a la empresa C I Talsa S. A, ubicada en la carrera 1 # 45 a 71, Cali, Valle del Cauca, su principal actividad es la atención a la industria de alimentos.

En la siguiente tabla se recopilaron los valores obtenidos:

Cuadro 40. Maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Horno microondas menú master mcs10ts	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Batidora sinmag sm-101	2	\$ 750.000	\$ 1.500.000
Estufa sce 85-6e	2	\$ 3.800.000	\$ 7.600.000
Licuadaora eclipse hbh 750 hamilton beach	2	\$ 550.000	\$ 1.100.000
Tostador sammic tp-20	1	\$ 433.000	\$ 433.000
Granizadora i-pro 1e	2	\$ 1.115.000	\$ 2.230.000
Cubicadora de hielo icematic modular m202	1	\$ 1.855.000	\$ 1.855.000
Cafetera de goteo th	1	\$ 965.000	\$ 965.000
Congelador lfb 771pc	2	\$ 2.500.000	\$ 5.000.000
Congelador luc 350 f	1	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO	15		\$ 23.283.000

Fuente: Los autores

3.2.6 Calculo de cantidades de materias primas e insumos. En la siguiente ilustración se indica la tabla de equivalencias requerida para la elaboración de los platos y bebidas del Restaurante Bar en la cual se indica la cantidad y proporción solicitadas de la materia prima e insumos necesarios:

Cuadro 41. Cuadro de equivalencias para la cocina

Taza	Polvo	Granos	Granulado	Líquidos Sólidos
1	150 gr	160 gr	200 gr	210 gr
3/4	115 gr	123 gr	153 gr	160 gr
2/3	103 gr	110 gr	140 gr	148 gr
1/2	80 gr	87 gr	97 gr	102 gr
1/3	53 gr	56 gr	66 gr	70 gr
1/4	29 gr	32 gr	42 gr	45 gr
1/8	20 gr	21 gr	26 gr	27 gr
1/4 cucharadita				1 ml
1/2 cucharadita				2 ml
1 cucharadita				5 ml
3 cucharaditas	1 cucharada		1/2 oz fluida	15 ml
	2 cucharadas	1/8 taza	1 oz fluida	30 ml
	4 cucharadas	1/4 taza	2 oz fluida	60 ml
	5 1/3 cucharadas	1/3 taza	3 oz fluida	80 ml
	8 cucharadas	1/2 taza	4 oz fluida	120 ml
	10 2/3 cucharadas	2/3 taza	5 oz fluida	160 ml
	12 cucharadas	3/4 taza	6 oz fluida	180 ml
	16 cucharadas	1 taza	8 oz fluida	240 ml
	1 pt	2 tazas	16 oz fluida	480 ml
	1 qt	4 tazas	32 oz fluida	960 ml
			33 oz fluida	1000 ml

Fuente: Los autores

Con la anterior se tienen las cantidades exactas para la preparación de los productos ofrecidos por el Restaurante Bar, lo cual genera que en este no se produzcan desperdicios y gastos innecesarios.

El costo indirecto de fabricación que tendría cada producto se obtiene por medio del porcentaje final de participación que se tendrá en el mercado objetivo, el cual será del 7%, teniendo en cuenta que anteriormente se había mencionado que la demanda total en unidades sería de 47.466 unidades y para el Restaurante Bar representaría un total de 3.323 unidades al mes para este se requiere vender como mínimo 111 unidades por consiguiente quedaría reflejado de la siguiente manera:

Cuadro 42. Costos indirectos de fabricación

DETALLE	VALOR
venta almuerzos diarios	\$ 111
días en atención al mes	\$ 30
total en ventas por unidades	\$ 3.323
gastos de admón.	\$ 4.250.000
calculo en pesos para cada Unidad	\$ 1.349
Total nomina	\$ 7.683.749
valor unitario en pesos por producto	\$ 2.439
TOTAL CI	3.788

Fuente: Los autores

Adicional para la elaboración de los productos mencionados anteriormente se describe a continuación los insumos necesarios y el costo de cada uno

Cuadro 43. Costos ensalada verde

INSUMO	CANTIDAD POR UNIDAD	MEDIDA	COSTO
Lechuga mixta	220	Gr	120
Hojas de espinaca	220	Gr	147
Mandarinas	240	MI	720
Almendras tostadas	60	Gr	645
Aguacate	1600	Gr	4.000
Vinagre de manzanas	30	MI	600
Miel	30	MI	300
Leche evaporada	240	Gr	480
Aceite	60	MI	225
Sal	4	Gr	5
Pimienta	4	Gr	29

Fuente: Los autores

Cuadro 44. Costos ensalada crocante

INSUMO	CANTIDAD POR UNIDAD	MEDIDA	COSTO
Pan tostado (crutones)	480	Gr	1.440
Zanahorias	320	Gr	544
Zapallo	330	Gr	643
Cebolla larga	200	Gr	200
Habas	550	Gr	660
Yogurt natural descremado	240	MI	2.880
Sal	4	Gr	5
Pimienta	4	Gr	29
Perejil	210	Gr	840
Aceite de oliva	60	MI	225
Limón	2	MI	3

Fuente Los autores

Cuadro 45. Costos arroz verde

INSUMO	CANTIDAD POR UNIDAD	MEDIDA	COSTO
Arroz grano	420	Gr	1.075
Cilantro	210	Gr	933
Apio	30	Gr	20
Ají	30	Gr	570
Aceite de oliva	30	Gr	113
Sal	4	Gr	5

Fuente: Los autores

Cuadro 46. Costos bitter cordial

INSUMO	CANTIDAD POR UNIDAD	MEDIDA	COSTO
Zumo de limón	6	MI	8
Zumo de naranja	6	MI	5
Lime cordial	6	MI	209

Fuente: Los autores

Cuadro 47. Costos raspberry fresh lemon squash

INSUMO	CANTIDAD POR UNIDAD	MEDIDA	COSTO
Limón	30	MI	42
Azúcar	25	MI	30
Frambuesas	100	Gr	440
Soda	75	MI	218

Fuente: Los autores

Cuadro 48. Costo polynet

INSUMO	CANTIDAD POR UNIDAD	MEDIDA	
Naranja	100	MI	90
Helado	80	Gr	1.120

Fuente: Los autores

3.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La empresa se encontrará ubicada en la ciudad de Santiago de Cali barrio el peñón al oeste de la ciudad, en el cual se busca ofrecer el mejor servicio para cada uno de los clientes, esta zona fue escogida para la ubicación del Restaurante Bar por ser altamente empresarial, debido a que se encuentra contiguo al centro de la localidad, en esta existe la mayor cantidad de trabajadores que buscan a la hora de almuerzo salir a descansar y disfrutar de un excelente comida rica en proteínas y saludable, además este lugar tiene muchas zonas verdes y existe la facilidad de encontrar un local, con las características que se requieren para el montaje del restaurante con un ambiente cómodo para los clientes, es decir, tiene un clima diverso es cálido y acogedor, en los alrededores existen hoteles reconocidos; lo que hace que el restaurante sea apetecido por estos clientes, teniendo la posibilidad de lograr un reconocimiento y posicionarlo en el mercado como un emblema típico de la ciudad.

Figura 3. Mapa barrio Peñón



El Peñon, Cali, Valle del Cauca, Colombia

Fuente: (Google Maps, 2017, fig. 1).

3.4 TAMAÑO DEL PROYECTO

Las características y dimensiones del mercado que se tienen en el sector, están en auge, ya que anteriormente se tenía una mayor afluencia de hogares y actualmente se ha incrementado los negocios, los cuales cuentan con un aspecto tradicional en las instalaciones, debido a que en ellas anteriormente fueron casas antiguas ocupadas por familias reconocidas en el Valle del Cauca.

Cada uno de los establecimientos comerciales ha desarrollado una adecuación y estructuración de estas casas, con el fin de prestar un servicio de alta calidad, aprovechando el estilo tradicional de estas.

El sector gastronómico se ha venido implementado alrededor del barrio, conformado por ocho manzanas y conservando siempre su estructura tradicional, permitiendo desarrollar una estructura acorde con las nuevas necesidades de los diferentes

clientes, logrando así la satisfacción de otras necesidades relacionadas con la moda y el arte.

El sector se caracteriza por tener un adecuado ordenamiento territorial de todos los negocios, en donde estos están agrupados por unidad de negocio y por zona.

El barrio Peñón, ha tenido un cambio fundamental tanto para sus residentes, como para las personas que en un principio lo reconocían netamente como residencial, todo esto ha surgido con el paso de los años mediante el asentamiento de los negocios, que han generado un cambio tendiente a potencializar y adecuar estrategias de mercado, que permitan transformarlo en mixto (comercial y residencial), debido a que todavía existen muchas familias que viven allí.

Los hogares se han visto beneficiadas con la proliferación de estos negocios, en el sentido de la valorización de sus viviendas y en el factor seguridad. Antes una casa podía ser adquirida por cualquier persona en un precio que oscilaba entre los cincuenta y ochenta millones de pesos, mientras que en la actualidad una casa de estas puede llegar a costar hasta ciento cincuenta millones de pesos. Con respecto a la seguridad, también se han visto beneficiados, porque la mayoría de restaurantes y locales comerciales, tienen servicios de vigilancia privada.

Otra ventaja que presenta el sector, está en el buen estado de las vías que tiene al interior y rutas de acceso, además de su ubicación geográfica, que le permite establecerse como un sitio central, así este ubicado en el oeste de Cali, lo cual beneficia al Restaurante Bar por el fácil acceso al lugar, adicional la cercanía que se tiene con la portada al mar lugar por el cual se abastecerá de las materias primas ya que por este llega las provisiones del Darién.

El área del Restaurante bar estará distribuido de la siguiente forma:

Bodega: Es el lugar donde se almacenan los licores, alimentos y demás materia prima necesaria para la elaboración de los diferentes productos.

Baños: Sitio donde las personas realizan sus necesidades fisiológicas. Se contarán con dos baños completos, uno para hombres y otro para mujeres señalados respectivamente.

Cocina: Área donde se encuentra ubicada la estufa de gas, la licuadora, la nevera, el horno microondas, los cubiertos, la cristalería y demás instrumentos necesarios.

Barra: Lugar donde se encuentra la caja registradora, la consola de sonido, el computador, la exhibición de licores, el stand de las copas y las cuatro sillas altas. En la barra se despacharán todos los pedidos realizados por los clientes y serán distribuidos a través de los meseros.

Mesas: El local estará especificado en cuanto a espacio se refiere, para ubicar 8 mesas con 4 sillas cada una, creando buen espacio entre cada mesa para la buena movilidad dentro del Restaurante Bar tanto de los meseros como la de los clientes, y 4 mesas en el exterior del establecimiento, para ubicar en esta parte a los clientes clasificados como fumadores.

Pantallas: El establecimiento estará dotado con una pantalla plasma de 42 pulgadas, para proyectar los eventos futbolísticos, videos musicales y programas de mayor interés para los clientes. Creando así valor agregado y variedad en el momento de prestar el servicio. Estará ubicada estratégicamente para que la totalidad de las personas presentes puedan disfrutar de la totalidad de los eventos.

Distribuido de la siguiente forma:

Imagen 7. Plano restaurante bar Tástaro



Fuente: Los autores

Adicionalmente como se mencionó la tecnología que se utilizará para el proceso productivo se obtendrá de la empresa C. I Talsa S. A. esta maquinaria servirá para la transformación de la materia prima e insumos con el fin de obtener el producto final los cuales serán platos y/o bebidas solicitadas por los clientes, a continuación se menciona las transformaciones obtenidas por estos equipos mediante una combinación con mano de obra calificada:

- El horno microondas será de gran ayuda para cocinar aquellos alimentos que necesiten un mayor tiempo de cocción, y cuando es indispensable calcular un tiempo exacto de preparación; además es la mejor herramienta para dar calor a platillos que ya se encuentren en su punto adecuado de cocción, pero en el caso que estén fríos se les puede dar la temperatura adecuada para obtener clientes satisfechos,
- La batidora mezclara todos los insumos y materia prima que sean blandos, se utilizara para los productos que requieran una mezcla esponjosa, para dar volumen a las salsas requeridas para los diferentes platos.
- La estufa industrial será utilizada en el proceso productivo para cocinar y preparar el menú solicitado por los clientes del Restaurante Bar Tástaro; esta garantizara al chef su rendimiento ya que podrá ser sometida a extensas horas de trabajo, y así no se incurrirá en tiempos muertos y atrasos en los pedidos.
- La licuadora industrial tiene una estructura hecha en acero inoxidable, lo que garantiza que no queden residuos tóxicos en las mezclas. La mayoría de los alimentos que serán utilizados para la preparación de los diferentes platillos, deben ser triturados o licuados por ello está se utilizara.
- El tostador sammic tp-2 0 es vital su uso en el proceso productivo del área de la cocina, con este equipo se tostaran las insumos que lo requieran para la elaboración de los productos indicados por los clientes.
- La granizadora i-pro 1E se implementará para producir los cocteles mixheados dulces a base de frutas y licor, también para realizar la mezcla de bebidas y almacenarlas.

4 ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

El Restaurante Bar “Tástaro” surge de la importancia en el sector servicios del barrio Peñón, de implementar un espacio el brinde tanto a residentes, domiciliados y visitantes una alimentación saludable que aporte un nivel adecuado de nutrientes con calidad y cantidad necesaria, además de un lugar en el cual se pueda alejar de su rutina diaria y se sienta como en el campo sin alejarse de la ciudad. Se constituirá como una sociedad por acciones simplificadas (S.A.S) esta sociedad proporciona a los socios igualdad de condiciones y los hace responsables solo hasta el monto de sus aportes, adicionalmente hace parte de las empresas mixtas que conforman el sector comercial pues en esto se realiza la compra y transformación de materias primas con el fin de ofrecer un producto terminado, permitiendo que se involucre en dos sectores económicos.

4.1.1 Misión. Garantizar la satisfacción de los clientes con una alimentación saludable, un ambiente familiar tranquilo, cumpliendo con los estándares de calidad y servicio requeridos para conquistar el mercado, por medio de un talento humano comprometido e integralmente capacitado para ofrecer una excelente atención.

4.1.2 Visión. Ser catalogado como la mejor opción entre los Restaurantes Bar que ofrecen comida saludable y un ambiente acogedor en el sector del peñón en la ciudad Santiago de Cali para el año 2021.

4.1.3 Valores corporativos.

- Satisfacción del cliente: todos los empleados generaran tranquilidad confianza y agrado.

- Sentido de pertenencia: compromiso y responsabilidad por parte de los empleados del Restaurante Bar que conlleven a la solución de problemas presentados
- Trabajo en equipo: fomentar la ayuda mutua entre los empleados por medio de una participación activa.
- Honestidad: todos los empleados deben de actuar con sinceridad, integridad y profesionalismo.

4.1.4 Filosofía de trabajo. El eje filosófico del Restaurante Bar “Tástaro”, se encuentra enfocado en satisfacer la necesidad actual, basada en una alimentación saludable y un lugar acogedor, para lo cual se tiene como base:

Proveerse de insumos y materias primas de alta calidad.

Elaborar platos y bebidas bajo los mejores estándares.

Orientar al personal hacia la excelencia en el servicio.

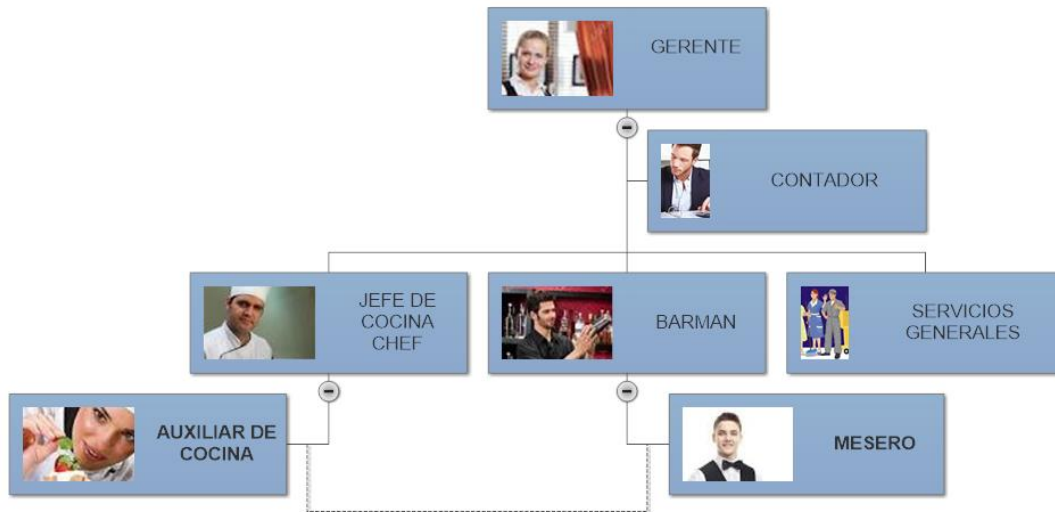
Crear un ambiente natural y agradable acondicionado a las exigencias de los clientes.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

El sistema organizacional que utilizará el Restaurante Bar será el modelo funcional, el cual se basa en “la especialización de las funciones para cada tarea” (Minsal Pérez & Pérez Rodríguez, 2007, p. 2). Requerido para éste tipo de negocios para distribuir y dividir las áreas de preparación de alimentos y/o bebidas, servicio a comedor y administración cada espacio tiene un enfoque en el cual el empleado asignado a dicha tarea debe de estar capacitado y especializado para ejercerlo, de esta manera conseguir que se realice la ejecución total las funciones y procesos.

A continuación se refleja la estructura organizacional por medio del organigrama de la empresa:

Figura 4. Organigrama



Fuente: Los autores

Para la constitución de la empresa se debe tener en cuenta la ley 1014 de 2006 la cual permite la creación de la empresa por documento privado si estas “*cuentan con menos de 10 trabajadores y/o con activos totales, excluida la vivienda, inferiores a 500 SMLMV*” (Cámara de Comercio de Cali, 2016, párr. 2).

Según lo indicado para la constitución del Restaurante Bar como sociedad privada se requiere:

- Documento de identidad, nombre y dirección de los accionistas.
- Ubicación de la empresa.
- Tiempo de duración o especificación si es indefinido.
- Indicación de actividades a realizar
- Capital de constitución
- Tipo de sociedad

Para la debida realización y correcto funcionamiento de la empresa se deben de ejecutar los siguientes trámites legales:

- Inscripción en el registro mercantil en el cual se establece a que se dedica la empresa, vigencia que esta tendrá, el tipo de sociedad y las atribuciones del representante legal.
- Diligenciamiento del certificado de suelos emitido por la subdirección de ordenamiento urbanístico en la cual indica si en la zona en la que estará ubicada la empresa se puede llevar acabo.
- Certificado de Sayco & Acinpro el cual es utilizado por quienes difluyen música y están obligados a pagar derechos de autor y quienes no lo utilicen lo deben de adquirir como certificado de usuario no música (*Ley 232 de 1995, Artículo 2º. Literal c*).
- Concepto sanitario y certificado de manipulación de alimentos emitidos por Secretaría de Salud Pública Municipal de Cali.
- Certificado de seguridad expedido por el departamento de bomberos en el cual verifican que las instalaciones cumple con todas las normas de seguridad
- Inscripción del Rut en la DIAN
- Registro y habilitación de numeración para facturas en la DIAN

Pago de Impuestos:

- Impuesto sobre la renta
- IVA impuesto de valor agregado
- Impuesto de industria y comercio
- Impuesto de timbre
- Gravámenes financieros

Para la creación de la empresa se realizó una reunión de socios con el fin de evaluar los tipos de sociedades, determinando las ventajas y desventajas de cada una, de tal modo se pudo establecer que la más conveniente por costos y facilidades de

constitución es la sociedad por acciones simplificadas SAS Creada mediante la Ley 1258 del 5 de diciembre de 2008 como se expone en el siguiente artículo:

Gracias a ventajas como la agilización de trámites, la facilidad para diferir el pago de capital y la reducción de costos para los empresarios, entre otras, el 82 por ciento de las empresas que se constituyó en septiembre de 2010, lo hizo a través de lo que hoy se conoce como Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S).

Como resultado de la expedición de la Ley 1258, que dio vida a este instrumento de desarrollo empresarial, en 2008 se crearon 160 S.A.S, mientras que en 2009 la cifra se elevó a 17.842, y en septiembre de 2010 el número alcanzó 27.731(Portafolio, 2010, párr. 1-2).

Otros de los beneficios que brinda este tipo de sociedad es:

Entre las bondades que ofrecen las S.A.S se destaca el hecho de que se limite la responsabilidad de los empresarios sin tener que acudir a la estructura de la sociedad anónima.

En este tipo de figura no se obliga al empresario a crear instancias como la junta directiva o cumplir con ciertos requisitos, como la pluralidad de socios.

Es una clase de asociación empresarial flexible y menos costosa para agilizar la realización de negocios y también para garantizar el crecimiento, toda vez que hace más fácil contar con el apoyo de fondos de capital de riesgo y capital semilla, tan importantes en la fase de emprendimiento.

En la SAS, el pago del capital puede diferirse hasta por un plazo máximo de dos años, sin que se exija el aporte de ningún monto específico mínimo inicial. Esto facilita su constitución y da a los socios un crédito de dos años para que obtengan el capital necesario para el pago de las acciones.

Adicionalmente, la sociedad puede libremente establecer las condiciones y proporciones en que se realice el pago del capital (Portafolio, 2010, párr. 8-12).

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente se indican los requisitos necesarios:

- Especificar nombres, documento de identidad y domicilio de los accionistas
- Razón social o denominación de la sociedad, la cual debe estar seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
- El domicilio principal de la sociedad.
- Duración de la empresa si este no se especifica se dará como de tipo indefinido
- Especificación del tipo de actividad que realizara la empresa.
- La forma de pago del capital para la constitución de la sociedad.
- El tipo de administración y su representante legal con documento de identidad

Toda empresa para iniciar sus actividades legalmente debe de proporcionar a sus empleados seguridad social compuesta por: pensión, salud y riesgos laborales, según información obtenida de la cámara de comercio de Medellín indica que:

La cotización a salud es del 12.5 distribuida así: 4% aporta el trabajador y 8.5% aporta el empleador.

La cotización a pensión es del 16% distribuida así: 4% aporta el trabajador y 12% aporta el empleador.

La cotización a riesgos laborales varía según el riesgo a que se exponga cada trabajador, y en su totalidad es aportada por la empresa o empleador. Los aportes varían entre un 0,348% para el nivel I de riesgo y 8.7% para el nivel V de riesgo (Cámara de comercio de Medellín para Antioquia, 2014, pp. 31-32)

Para el Restaurante Bar Tástaro el nivel de riesgo correspondiente es 1, con una tarifa del 0.522%, esta información se obtuvo de la compañía aseguradora Positiva basados en las clases de riesgos establecidos por el gobierno nacional como se muestra a continuación:

Cuadro 49. Clases de riesgos

CLASE DE RIESGO	TARIFA	ACTIVIDADES
I	0.522%	Financieras, trabajos de oficina, administrativos, centros educativos, restaurantes.
II	1.044%	Algunos procesos manufactureros como fabricación de tapetes, tejidos, confecciones y flores artificiales, almacén por departamentos, algunas labores agrícolas.
III	2.436%	Algunos procesos manufactureros como la fabricación de agujas, alcohóles y artículos de cuero.
IV	4.350%	Procesos manufactureros como fabricación de aceites, cervezas, vidrios, procesos de galvanización, transportes y servicios de vigilancia privada.
V	6.960%	Areneras, manejo de asbesto, bomberos, manejo de explosivos, construcción y explotación petrolera.

Fuente: (Positiva compañía de seguros, 2015, fig. 1).

Adicionalmente según el código sustantivo de trabajo en la ley 100 de 1993 se manifiesta que el empleador debe reconocerle a los colaboradores las prestaciones sociales entre las cuales están: la prima de servicios, las cesantías, los intereses a las cesantías, las vacaciones y el auxilio de transporte.

- Prima de servicios

Toda empresa debe pagar a cada empleado un salario mensual, del cual, quince días se deben pagar, por tardar el último día del mes de junio y los restantes quince días en los primeros 20 días del mes de diciembre.

Según el artículo 307 del código sustantivo del trabajo, la prima de servicios no es salario ni se debe computar como salario en ningún caso, tratamiento que se le da a las demás prestaciones sociales.

En el caso que el empleado opere con un Contrato de trabajo a término fijo, la prima de servicios se calcula en proporción al tiempo laborado, cualquiera que este sea.

La base para el cálculo de la prima de servicios es el Salario básico más Auxilio de transporte, horas extras comisiones y cualquier otro pago considerado (Cámara de comercio de Medellín para Antioquia, 2014, p. 39).

La fórmula para calcular el valor a pagar es: (salario base x días trabajados) /360.

- Cesantías e intereses de las cesantías

El trabajador tiene derecho a que se le pague un Salario mensual por cada año de trabajo o proporcionalmente a la fracción de año trabajado. Para liquidar el auxilio de cesantía se toma como base el último salario mensual devengado por el trabajador, siempre que no haya tenido variación en los tres (3) últimos meses. En el caso contrario y en el de los salarios variables, se tomará como base el promedio de lo devengado en el último año de servicios o en todo el tiempo servido si fuere menor de un año. En este caso también se tiene en cuenta el auxilio de transporte como base para el caculo de las cesantías. La liquidación del las cesantías se hará el último día de cada año o al finalizar el contrato.

Debe ser consignado por el empleador antes del 15 de febrero del siguiente año en una cuenta individual de cada trabajador en el fondo que el empleado elija. De no consignarse oportunamente las cesantías, el empleador deberá pagar un día de salario por cada día de retraso en la consignación o pago de las cesantías. Como ya se dijo, el auxilio de cesantías se liquida el finalizar el año, caso en el cual se consigna en un fondo, o a la terminación del contrato. Sin embargo, es posible hacer liquidaciones parciales de las cesantías siempre y cuando estas sean utilizadas para la construcción o mejoramiento de vivienda (Cámara de comercio de Medellín para Antioquia, 2014, pp. 40-41).

La fórmula para el pago de las Cesantías es

$(\text{Salario mensual} * \text{Días trabajados})/360$

“El empleador debe pagar por concepto de intereses sobre las cesantías un 12% anual, o proporcionalmente al tiempo trabajado” (Cámara de comercio de Medellín para Antioquia, 2014, p. 41).

La fórmula para el pago Intereses sobre cesantías:

$(\text{Cesantías} * \text{Días trabajados} * 0,12)/360$

- Auxilio de transporte

Este no es factor salarial, pero por mandato expreso del artículo 7º de la ley 1ª de 1.963, este se considera incorporado al salario para todos los efectos de liquidación de prestaciones sociales. Es de tener presente que este tratamiento del auxilio de transporte es solo para las prestaciones sociales, mas no para los aportes parafiscales ni de seguridad social (pensión, salud A.R.P.) (Cámara de comercio de Medellín para Antioquia, 2014, p. 45)

- Vacaciones

Los empleados tendrán derecho a 15 días hábiles de descanso remunerado por cada año de servicio. Las vacaciones serán fijadas por el empleador dentro del año subsiguiente, oficiosamente o a petición del trabajador. El empleador avisará al trabajador con 15 días de anticipación la fecha en las que empezará a disfrutar su descanso (Cámara de comercio de Medellín para Antioquia, 2014, p. 47)

La fórmula para el pago de Vacaciones es:

$(\text{Salario mensual básico} * \text{Días trabajados})/720$

Se presenta la distribución de los cargos y tareas que se tendrán en el restaurante:

Cuadro 50. Descripción cargo Gerente

I. DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	GERENTE
PROCESO	ADMINISTRATIVO
JEFE INMEDIATO	JUNTA DE SOCIOS
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO DE TRABAJO	Supervisar todas las áreas para determinar las necesidades del restaurante y tomar decisiones inteligentes que mejoren la situación de los diferentes procesos.
II. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO	
SEXO	INDISTINTO
EDAD	23 – 45 AÑOS
FORMACIÓN	Profesional en Administración de empresas o carreras a fines
FORMACIÓN COMPLEMENTARIA	Conocimiento de cadena de restaurantes, en Legislación Laboral y Contratación.
EXPERIENCIA	Mínima de un (01) año en cargos similares
TIPO DE CONTRATO	Fijo a 3 meses
III. COMPETENCIAS GENERALES	
✓	Emprendimiento, Capacidad de comunicación, Dotes de estrategias.
✓	Liderazgo, con motivación para dirigir, Integridad moral y ética Espiritual crítico, Con carácter y capacidad para tomar decisiones en situaciones de estrés.
✓	Saber marcar prioridades, Elevada orientación al resultado y cumplimiento de objetivos, Capaz de asumir responsabilidad.
✓	Alta capacidad en la administración de equipos, Gran capacidad para delegar.
✓	Saber motivar al personal, Destacada perseverancia y constancia.
IV. RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES A CARGO	
✓	Dirigir, vigilar, controlar, coordinar y evaluar las diferentes áreas de cocina, servicio al cliente, bodega.
✓	Determinar los niveles, cargos y funciones que desempeñan los responsables de área, así como del personal, en general.
✓	Rinde periódicamente informes de gestión a la junta directiva y ejecuta sus decisiones.
✓	Planifica los objetivos generales y específicos del restaurante a corto y largo plazo y desarrollar estrategias generales para alcanzarlos.
✓	Dirige a las personas para hacer ejecutar los planes.
✓	Controla las compras de los insumos.
✓	Es la imagen de la empresa, provee de contactos y relaciones empresariales.
✓	Encargado de representar legalmente a la empresa
✓	Crea un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo

Fuente: Los autores

Cuadro 51. Descripción cargo Jefe de cocina

I. DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	JEFE DE COCINA CHEF
PROCESO	OPERATIVO
JEFE INMEDIATO	GERENTE
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO DE TRABAJO	Planificar, dirigir y coordinar las actividades de preparación en la cocina, diseñando planes a corto medio y largo plazo. Gestionar los recursos disponibles, determinando los procedimientos y los niveles de calidad para garantizar un producto competitivo.
II. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO	
SEXO	Indistinto
EDAD	25-45 años
FORMACIÓN	Profesional en Gastronomía, otros conocimientos en culturas y platos de otros países.
FORMACIÓN COMPLEMENTARIA	Especializado en platos vegetarianos .
EXPERIENCIA	Mínimo dos años de experiencia en cargos similares
TIPO DE CONTRATO	Fijo a 3 meses
III. COMPETENCIAS GENERALES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trabajo en Equipo ✓ Orientación al Logro ✓ Disposición al Cambio ✓ Orientación al Servicio ✓ Comunicación Efectiva 	
IV. RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES A CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Confección del menú, carta de especialidades y plato del día ✓ Asignación de insumos para producción ✓ Capacidad de análisis y solución de problemas ✓ Optimizar el sistema de producción existente ✓ Vigila la cantidad y rendimiento del género de mercado ✓ Controla los vales o notas de pedido del cliente ✓ Supervisa el mantenimiento de utensilios, batería, menaje, fogones, electrodomésticos. ✓ Comunicación verbal y escrita, trabajo en equipo, Dirección y desarrollo de personal, Innovación, Creatividad. ✓ Habilidad de comunicación Toma de decisiones. ✓ Enseña, aclara, informa y da explicaciones de los trabajos a realizar. ✓ Confecciona menús y cartas a los que pone precio. ✓ Realiza la lista de compras. 	

Fuente: Los autores

Cuadro 52. Descripción cargo ayudante del chef

I. DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	AUXILIAR DE COCINA
PROCESO	OPERATIVO
JEFE INMEDIATO	CHEF JEFE DE COCINA
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO DE TRABAJO	Brindar apoyo al cocinero en la preparación de los diversos platos.
II. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO	
SEXO	Indistinto
EDAD	25-40 años
FORMACIÓN	Técnico en gastronomía
FORMACIÓN COMPLEMENTARIA	Conocimiento del sector y capacitaciones relacionadas con gastronomía vegetariana.
EXPERIENCIA	mínimo dos años de experiencia en cargos similares
TIPO DE CONTRATO	Fijo a 3 meses
III. COMPETENCIAS GENERALES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacidad de aprendizaje ✓ Organización ✓ Recursivo ✓ Motivación e iniciativa ✓ Comunicación verbal y escrita ✓ Capacidad de trabajar bajo presión 	
IV. RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES A CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Limpiar, ordenar los elementos de la cocina hasta tareas como pelar, cortar, guardar, conservar, u organizar la despensa. ✓ Elaboración y preparación de las de comidas, la limpieza y mantenimiento de las dependencias y los elementos propios de cocina y de los utensilios empleados para su trabajo. ✓ mantenimiento en perfectas condiciones de limpieza y funcionamiento la maquinaria, las instalaciones fijas, utensilios y accesorios propios del area, tales como, placas, hornos, cámaras, sartenes, cazuelas, etc. 	

Fuente: Los autores

Cuadro 53. Descripción cargo- Barman

I. DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	BARMAN
PROCESO	OPERATIVO
JEFE INMEDIATO	GERENTE
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO DE TRABAJO	Preparación de bebidas alcohólicas y cocteles
II. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO	
SEXO	Masculino
EDAD	25 - 40 años
FORMACIÓN	Carrera de Bartending
FORMACIÓN COMPLEMENTARIA	Conocimiento de licores, vinos y cocteles internacionales.
EXPERIENCIA	Mínimo un año de experiencia en cargos similares
TIPO DE CONTRATO	Fijo a 3 meses
III. COMPETENCIAS GENERALES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trabajo en Equipo ✓ Orientación al Logro ✓ Disposición al Cambio ✓ Orientación al Servicio ✓ Comunicación Efectiva ✓ Planeación ✓ Organización ✓ Iniciativa ✓ Recursivo ✓ Cálculo de tiempos 	
IV. RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES A CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tener la barra siempre limpia y completa ✓ Realizar los inventarios diarios de licores, cervezas, agua en botella, al comenzar y terminar el turno de trabajo. ✓ Estar pendiente de que el volumen de la música tanto en el bar- restaurante se encuentre en el nivel correcto si es que esto está bajo su control. ✓ Prepara los cócteles y tragos que le solicitan los anfitriones. ✓ Atiende a los clientes que se sientan en la barra y en el sector que se le asigne. 	

Fuente: Los autores

Cuadro 54. Descripción cargo servicios generales

I. DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	AUXILIAR SERVICIOS GENERALES
PROCESO	OPERATIVO
JEFE INMEDIATO	GERENTE
OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO DE TRABAJO	Ejecutar los procesos operativos del área, aplicando las normas y procedimientos definidos, revisando y realizando cumplimiento a cada uno de esos procesos, lograr resultados oportunos y garantizar la prestación efectiva del servicio.
II. ESPECIFICACIONES DEL PUESTO	
SEXO	Hombre
EDAD	25 – 35 años
FORMACIÓN	Bachiller
FORMACIÓN COMPLEMENTARIA	Conocimiento en el área de aseo y domicilios
EXPERIENCIA	Experiencia seis meses
TIPO DE CONTRATO	Fijo a 3 meses
III. COMPETENCIAS GENERALES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trabajo en Equipo ✓ Orientación al Servicio ✓ Comunicación Efectiva ✓ Planeación ✓ Organización ✓ Iniciativa ✓ Recursivo ✓ Cálculo de tiempos 	
IV. RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES A CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Responder por el aseo y el cuidado de las zonas o áreas que le sean asignadas. ✓ Responder por los elementos utilizados para la ejecución de sus tareas. ✓ Informar sobre cualquier novedad ocurrida en la zona o en los equipos bajo su cuidado. ✓ Informar a su inmediato superior sobre las anomalías e irregularidades que se presenten. ✓ Cumplir la jornada laboral legalmente establecida, importante entrar y salir a las horas acordadas según el reglamento de trabajo. ✓ Periódicamente deben lavarse los pisos de todas las áreas. ✓ Colaborar con funciones que se requieran en momentos que lo requieran. ✓ Distribución de pedidos. ✓ Atención al cliente externo. ✓ Manejo de direcciones. ✓ Entrega oportuna. ✓ Manejo de dinero. 	

Fuente: Los autores

4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL

El reclutamiento se realizará externamente de esta manera se garantiza el adecuado conocimiento del personal que ingrese a la empresa para desempeñar las funciones asignadas al puesto de trabajo, para esto se recibirán hojas de vida por medio de agencias temporales con contrato a término fijo de 3 meses entregadas al gerente quien será uno de los socios de la empresa.

4.4 PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL

El proceso será llevado por una empresa de servicios temporales, encargados de filtrar las hojas de vida para los puestos de trabajo solicitados, después deberán asignar citas para realizar las pruebas teniendo en cuenta el cargo a ocupar, con el fin de obtener el perfil adecuado del aspirante, por último se realizara entrevista con gerente quien determinara si la asignación del empleado es correcta.

4.4.1 Solicitud de empleo. La solicitud de empleo de los candidatos a los cargos ofrecidos por la empresa debe ser presentada a través de una hoja de vida impecable la cual indique la pulcritud del aspirante, los conocimientos adquiridos a través de su formación y experiencia laboral como la estabilidad en cargos ocupados en sus anteriores empleos por medio de referencias certificadas en las empresas.

4.4.2 Entrevista. Se realizará una entrevista de tipo programada la cual buscare obtener el conocimiento técnico que posea el entrevistado; pero a su vez esta tendrá preguntas abiertas la cual permita conocer e interactuar más a fondo las características y perfil de este.

4.4.3 Exámenes. Los exámenes médicos para desempeñar los cargos que ofrece la empresa son fundamentales ya que estos son en su mayoría de carácter operativo, por lo cual se requiere verificar el estado de salud en el que entran los empleados y si estos son aptos para ejercer dichos cargos o por lo contrario afectarían la productividad de la misma.

4.5 PROCESO DE CONTRATACIÓN

El tipo de contratación que se tendrá en el Restaurante Bar “Tástaro” se aplicara por medio de un contrato a término fijo el cual empezará con un periodo de 3 meses prorrogables, en caso de no continuar con la persona en el cargo asignado se le deberá informar como mínimo 1 mes antes del vencimiento de este, se tomara para empezar con cada cargo este tiempo, para evaluar el desempeño que el empleado tenga en su puesto de trabajo y de no ser favorable dar por terminada la contratación sin afectar a la empresa por incurrir en costos de indemnizaciones por cancelación de contrato anticipados.

4.5.1 Inducción de personal. La inducción consiste en que el empleado sepa cómo hacer las tareas relativas a su puesto y que involucren la utilización de herramientas, procesos, sistemas y métodos. Por su propia naturaleza el adiestramiento es fundamental para el correcto desempeño de los colaboradores, porque de nada sirve que se capaciten si no se les da la oportunidad de aplicar los conocimientos, habilidades y actitudes adquiridos.

4.6 PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DE PERSONAL

4.6.1 Capacitación. En esta etapa se debe de realizar lo siguiente:

- Diagnóstico de las necesidades de capacitación: En ésta etapa se determina la necesidad de capacitación, lo que contribuye a que la empresa no corra el riesgo de equivocarse al ofrecer una inducción inadecuada, lo cual redundaría en gastos innecesarios.

Desarrollo de planes y programas: Esta es la segunda etapa del proceso de capacitación, que a su vez se compone de cinco subprocesos, que son: establecimiento de objetivos, estructuración de contenidos, diseño de actividades de instrucción, selección de recursos didácticos y diseño de un programa o curso de capacitación

- Ejecución de la capacitación: En esta tercera etapa del proceso, se lleva a cabo la impartición, tal como ha sido planeada, esto implica realizar una serie de actividades, que representan en buen porcentaje las tareas del responsable de la capacitación en la empresa, una vez detectadas las necesidades, desarrollados los cursos y elaborados los programas se procederá a su práctica.
- Determinación del proceso de evaluación de los resultados: En esta última etapa se verifica que los planes se hayan cumplido tales y como fueron planeados, se debe diseñar la forma en que se vayan a evaluar, tanto el proceso, como los resultados obtenidos.

4.6.2 Programa de incentivos. Con el programa de incentivos del Restaurante Bar Tástaro, se pretende generar reconocimiento en atención personal, para manifestar el interés, aprobación y aprecio de la empresa por un trabajo bien hecho. Dentro de los incentivos a brindar están los siguientes:

- De tipo Pecuniario:

Se brindarán bonificaciones por desempeño para incremento de nivel de ventas, calidad, tiempos de entrega de producción, por iniciativas y proyectos generados de tipo investigativos, que no correspondan a su desempeño ordinario en el ejercicio de sus funciones, como tampoco sean ejecutadas en su jornada laboral. Estos incentivos pecuniarios se otorgarán dependiendo de la disponibilidad de presupuesto y margen de ganancia mensual de la empresa.

- De Tipo No Pecuniario:

Selección empleado del mes, quien se le dará una Mención Honorífica, con constancia en su hoja de vida y un día de permiso con pago.

Pases para Cine para dos personas.

Reconocimiento público a la labor meritoria.

Financiación de Investigaciones que se realicen en pro para el mejoramiento productivo dentro de la organización.

4.7 FUNDAMENTACIÓN CARGOS Y FUNCIONES ESTRATÉGICAS

Para el desarrollo de las labores de cargos y funciones, el lugar de trabajo no presenta riesgos mayores salvo cualquier accidente ocasionado por el descuido de alguna persona o personas, lo que no se convierte en un factor de alto riesgo; debido a que las condiciones laborales son las apropiadas y los elementos con los

que se trabaja no son de alto riesgo, además se tienen planes enfocados a solucionar cualquier eventualidad.

4.7.1 Descripción de áreas. A continuación se mencionaran las tareas y actividades que se llevarán a cabo en las diferentes áreas.

- Gerente

Dirigir, vigilar, controlar, coordinar y evaluar las diferentes áreas de cocina, servicio al cliente y bodega. Planifica los objetivos generales, específicos del restaurante a corto y largo plazo, desarrollar estrategias generales para alcanzarlos, rendir informes a la junta de socios, administrar los recursos humanos y presupuestos necesarios para su buen funcionamiento.

- Chef

El chef será el encargado de programar el menú, carta de especialidades, plato del día y asignación de insumos para producción. Con gran habilidad de comunicación en el momento de tomar decisiones. Será el responsable de realizar la lista de compras.

- Auxiliar cocina

El auxiliar será el responsable de limpiar, ordenar los elementos de la cocina hasta tareas como pelar, cortar, guardar, conservar, y organizar la despensa. Además elaborará, preparara comidas, realizara la limpieza, mantenimiento de las dependencias, de los elementos propios de cocina y de los utensilios empleados para su trabajo.

- Barman

El barman será el único responsable de Tener la barra siempre limpia y completa. Estará al pendiente de los inventarios diarios de licores, cervezas, vinos, al comenzar y terminar el turno de trabajo. Su función principal es preparar los cócteles y tragos que le solicitan los anfitriones.

- Servicios generales y domicilios

Encargado de responder por el aseo y el cuidado de las áreas asignadas, por los elementos utilizados para la ejecución de sus tareas e Informar sobre cualquier novedad ocurrida en la zona o en los equipos bajo su cuidado. Estar al pendiente de los domicilios y clientes externos.

4.7.2 Fundamentación del cargo. Para el buen funcionamiento del Restaurante Bar Tástaro, los cargos deben tener las siguientes cualidades específicas.

Gerente

- Conocimiento
- Pensamiento estratégico.
- Liderazgo.
- Actitud.
- Resultados

Chef

- Poseer pasión por la comida y cocina
- Trabajar bajo presión
- Habilidades para liderar
- Imaginación, innovación y creatividad
- Pro actividad
- Ser altamente organizado
- Trabajar con calidad
- Aceptar todas las críticas y consejos de los comensales

Auxiliar de cocina

- Ser altamente organizado
- Trabajar bajo presión y de pie en demasiadas horas continuas
- Trabajar en equipo
- Manejar una excelente flexibilidad corporal.
- Ágil y proactivo
- Capacidad para tomar decisiones
- Capacidad para utilizar todos los utensilios de cocina.
- Actitud positiva y enérgica

Barman

- Conocer a la perfección las diferentes bebidas
- Pasión en el momento de prestar su servicio

- Organizado y activo
- Excelente memoria
- Habilidad para trabajar bajo total presión
- Efectivo a la hora de servir y mezclar las bebidas
- Habilidad para ser creativo
- Responsable y carismático
- Mantener una innovación constante

Servicios generales y domicilios

- Capacidad para trabajar bajo presión y en horarios extensos
- Responsabilidad y carisma
- Sentido de pertenencia
- Excelente conductor
- Paciente y tolerante
- Proactivo y ágil
- Respetuoso y Cortez
- Capacidad para adaptarse a los cambios

4.7.3 Identificación y naturaleza del cargo. A continuación se define detalladamente la dependencia a la que pertenece cada cargo y su fundamentación organizacional, para el buen desarrollo del Restaurante Bar Tástaro.

- Gerente general:

El gerente general es dependiente de la junta de socios y su fundamentación organizacional se basa en: planear, organizar dirigir y controlar cada área, proceso, presupuestos, acontecimientos y el personal perteneciente al Restaurante Bar Tástaro para su excelente funcionamiento.

- Jefe de cocina (Chef):

Es dependiente del gerente general y su fundamentación organizacional radica en planificar, dirigir y coordinar las actividades de preparación en la cocina, diseñando planes a corto medio y largo plazo. Gestionar los recursos disponibles, determinando los procedimientos y los niveles de calidad para garantizar un producto competitivo.

- Auxiliar de cocina:

El auxiliar de cocina es dependiente del jefe de cocina (chef) y su fundamentación consiste en brindar apoyo al cocinero en la preparación de los diversos platos.

- Barman:

El barman es dependiente del gerente general, su fundamentación organizacional se basa en la Preparación de bebidas alcohólicas y cocteles.

- Servicios generales y domicilios

La persona encargada de servicios generales y domicilios es dependiente del gerente general y sus funciones son ejecutar los procesos operativos del área, aplicando las normas y procedimientos definidos, revisando y realizando cumplimiento a cada uno de esos procesos, lograr resultados oportunos y garantizar la prestación efectiva del servicio.

4.7.4 Perfil del cargo. A continuación se define el perfil ocupacional requerido para sustentar el puesto de trabajo:

Gerente

Formación: profesional en administración de empresas o carreras a fines

Formación complementaria: Conocimiento de cadena de restaurantes, en Legislación Laboral y Contratación.

Experiencia: Mínima de un (01) año en cargos similares

Competencias generales:

- Emprendimiento, capacidad de comunicación y dotes de estrategias.
- Liderazgo, con motivación para dirigir, Integridad moral, ética espiritual, crítico, Con carácter y capacidad para tomar decisiones bajo presión.
- Saber marcar prioridades, elevada orientación al resultado, cumplimiento de objetivos y capaz de asumir responsabilidades.
- Alta capacidad en la administración de equipos y delegar funciones.
- Saber motivar al personal, Destacada perseverancia y constancia.

Chef

Formación: Profesional en Gastronomía, otros conocimientos en culturas y platos de otros países.

Formación complementaria: Especializado en platos saludables

Experiencia: Mínimo dos años de experiencia en cargos similares

Competencias generales:

- Trabajo en Equipo
- Orientación al Logro
- Disposición al Cambio
- Orientación al Servicio
- Comunicación Efectiva

Auxiliar de cocina

Formación: Técnico en gastronomía

Formación complementaria: Conocimiento del sector y capacitaciones relacionadas con gastronomía.

Experiencia: mínimo dos años de experiencia en cargos similares

Competencias generales

- Capacidad de aprendizaje
- Organización
- Recursivo
- Motivación e iniciativa
- Comunicación verbal y escrita
- Capacidad de trabajar bajo presión.

Barman

Formación: Carrera de Bartending

Formación complementaria: Conocimiento de licores, vinos y cocteles internacionales

Experiencia: Mínimo un año de experiencia en cargos similares

Competencias generales

- Trabajo en Equipo
- Orientación al Logro
- Disposición al Cambio
- Orientación al Servicio
- Comunicación Efectiva
- Planeación
- Organización
- Iniciativa
- Recursivo
- Cálculo de tiempos

Servicios generales y domicilios:

Formación: Bachiller

Formación complementaria: Conocimiento en el área de aseo y domicilios

Experiencia: Experiencia seis meses

Competencias generales

- Trabajo en Equipo
- Orientación al Servicio
- Comunicación Efectiva
- Planeación
- Organización
- Iniciativa
- Recursivo
- Cálculo de tiempos

4.7.5 Funciones estratégicas del cargo. A continuación se definen las tareas de los puestos de trabajo:

Gerente

- Dirigir, vigilar, controlar, coordinar, evaluar las diferentes áreas de cocina, servicio al cliente y bodega.
- Determinar los niveles, cargos y funciones que desempeñan los responsables de área, así como del personal, en general.
- Rinde periódicamente informes de gestión a los socios y ejecuta sus decisiones.
- Planifica los objetivos generales y específicos del restaurante a corto y largo plazo y desarrolla estrategias generales para alcanzarlos.
- Dirige a las personas para hacer ejecutar los planes.
- Controla las compras de los insumos.
- Es la imagen de la empresa, provee de contactos y relaciones empresariales

- Crea un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo

Chef

- Confección del menú, carta de especialidades y plato del día
- Asignación de insumos para producción
- Capacidad de análisis y solución de problemas
- Optimizar el sistema de producción existente
- Vigila la cantidad y rendimiento del género de mercado
- Controla los vales o notas de pedido del cliente
- Supervisa el mantenimiento de utensilios, batería, menaje, fogones, electrodomésticos.
- Comunicación verbal, escrita, trabajo en equipo, Dirección, desarrollo de personal, Innovación y Creatividad.
- Habilidad de comunicación y toma de decisiones.
- Enseña, aclara, informa y da explicaciones de los trabajos a realizar.
- Confecciona menús y cartas a los que pone precio.
- Realiza la lista de compras de la minuta.

Auxiliar cocina

- Limpiar, ordenar los elementos de la cocina hasta tareas como pelar, cortar, guardar, conservar, u organizar la despensa.
- Elaboración y preparación de las comidas, la limpieza y mantenimiento de las dependencias y los elementos propios de cocina y de los utensilios empleados para su trabajo.
- mantenimiento en perfectas condiciones de limpieza, funcionamiento de la maquinaria, utensilios y accesorios propios del área, tales como, placas, hornos, cámaras, sartenes, cazuelas, etc.

Barman

- Tener la barra siempre limpia y completa
- Realizar los inventarios diarios de licores, cervezas, vinos, al comenzar y terminar el turno de trabajo.
- Estar pendiente de que el volumen de la música tanto en el bar como en el restaurante se encuentre en el nivel correcto si es que esto está bajo su control.
- Preparar los cócteles y tragos que le solicitan los anfitriones.
- Atiende a los clientes que se sientan en la barra y en el sector que se le asigne.

Servicios generales y domicilios

- Responder por el aseo y el cuidado de las zonas o áreas que le sean asignadas.
- Responder por los elementos utilizados para la ejecución de sus tareas.
- Informar sobre cualquier novedad ocurrida en la zona o en los equipos bajo su cuidado.
- Informar a su inmediato superior sobre las anomalías e irregularidades que se presenten.
- Cumplir la jornada laboral legalmente establecida, importante entrar y salir a las horas acordadas según el reglamento de trabajo.
- Periódicamente deben lavarse los pisos de todas las áreas.
- Colaborar con funciones que se requieran en momentos que lo requieran.
- Distribución de pedidos.
- Atención al cliente externo.
- Manejo de direcciones.

5 VIABILIDAD ECONÓMICA DEL PROYECTO

En este capítulo se desarrollará el análisis financiero del proyecto, para así establecer la viabilidad económica que tiene el Restaurante Bar Tástaro, por medio de los recursos y expresiones monetarias; obtenidos de los anteriores capítulos. Adicional a esto con la información consolidada se hicieron mediciones a 5 años con el fin de verificar el crecimiento o decrecimiento que se tendrá.

5.1 INVERSIÓN

La inversión total requerida para la ejecución del proyecto será de **\$83.468.719**, de los cuales el 40% será financiado con un crédito empresarial de grupo Bancolombia semejante a la suma de \$33.387.488, el 60 % restante pertenece a los aportes realizados por los 3 accionistas que conforman la sociedad por un valor de \$50.081.232 proporcionados en partes iguales, es decir cada uno aportará \$16.693.743.85 a continuación se indica la inversión requerida:

Tabla 1. Activos fijos

ACTIVOS FIJOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Muebles y Enseres			
set de cubiertos por 36 en acero	2	249.900	499.800
escritorios	1	199.000	199.000
cocteleras	3	164.900	494.700
cristalería para bar	1	350.000	350.000
aire acondicionado	2	1.000.000	2.000.000
aviso luminoso	1	398.000	398.000
vajilla para 4	14	135.000	1.890.000
extractor de aire	1	235.000	235.000
estantería	2	400.000	800.000
estantería licores	1	200.000	200.000
sillas barra bar	6	120.000	720.000
lámparas decorativas	2	160.000	320.000
carro transportador alimentos	2	400.000	800.000
barra para bar en marmolina	1	400.000	400.000
mesa bar-restaurante	12	110.000	1.320.000

TOTAL MUEBLES Y ENSERES			10.626.500
Equipo De Computo Y Comunicaciones			
set computador	1	850.000	850.000
máquina registradora computarizada	2	500.000	1.000.000
video beam	1	1.500.000	1.500.000
pantalla telón de pared	1	139.000	139.000
TOTAL EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			3.489.000
Maquinaria y Equipo			
horno microondas menú master mcs10ts	1	1.200.000	1.200.000
batidora sinmag sm-101	2	750.000	1.500.000
ollas industriales	8	312.900	2.503.200
estufa sce 85-6e	2	3.800.000	7.600.000
licuadora eclipse hbh 750 Hamilton beach	2	550.000	1.100.000
tostador sammic tp-20	1	433.000	433.000
granizadora i-pro 1e	2	1.115.000	2.230.000
cubicadora de hielo icematic modular m202	1	1.855.000	1.855.000
cafetera de goteo th	1	965.000	965.000
congelador lfb 771pc	2	2.500.000	5.000.000
congelador luc 350 f	1	1.400.000	1.400.000
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			25.786.200
EDIFICIOS Y/O CONSTRUCCIONES			
Adecuaciones	1	2.000.000	2.000.000
TOTAL EDIFICIOS Y/O CONSTRUCCIONES			2.000.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS			41.901.700

Fuente: Los autores

Tabla 2. Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			
Registro mercantil cámara de comercio	1	402.000	402.000
permiso para manejar comida	1	4.770.570	4.770.570
licencia para bebidas alcohólicas	1	3.123.002	3.123.002
licencia de música SAYCO ACINPRO	1	225.500	225.500
certificado de fumigación	1	35.000	35.000
concepto de bomberos	1	49.181	49.181
certificado de uso de suelos	1	9.600	9.600
Certificado de existencia	1	5.200	5.200
ACTIVOS INTANGIBLES			
licencia office profesional 2015	1	150.000	150.000
licencia antivirus ESET NOT32	1	72.000	72.000
software contable Sigo plus 2017	1	2.000.000	2.000.000
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES			10.842.053
ACTIVOS NO DEPRECIABLES			
teléfono avaya 1608	4	100.000	400.000
Hamacas	5	42.999	214.995
Archivador	1	50.000	50.000
Sillas de oficina	1	99.000	99.000
set de cuchillos	2	95.900	191.800
cristería restaurante	5	98.900	494.500
Hieleras	4	80.000	320.000
PUBLICIDAD			
Volantes	4000	150	600.000
tarjetas	1000	55	55.000
TOTAL ACTIVOS NO DEPRECIABLES			2.425.295
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			13.267.348

Fuente: Los autores

Tabla 3. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO			
Inventario	1	3.165.494	3.165.494
gastos administración	2	4.195.780	8.391.561
Nomina	2	7.688.143	15.376.286
gastos ventas	2	683.165	1.366.330
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			28.299.671

Fuente: Los autores

5.2 PARÁMETROS GENERALES

A continuación se establecen los parámetros que tendrá en cuenta el Restaurante Bar Tástaro para la elaboración de componente financiero:

Los parámetros económicos se realizaron bajo las siguientes condiciones teniendo en cuenta las cifras actuales establecidas en el mercado:

Tabla 4. Parámetros económicos

PARÁMETROS ECONÓMICOS					
ÍTEM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
IPC (%)	4,30%	2,60%	2,60%	2,60%	2,60%
TRM (%)	2.985,00	2.979,00	2.979,00	2.979,00	2.979,00
VARIACIÓN TRM(%)	(0,52%)	-0,20%	0,00%	0,00%	0,00%
INCREMENTO % EN PRECIOS	4,30%	2,60%	2,60%	2,60%	2,60%
INCREMENTO % EN COSTOS	4,30%	2,60%	2,60%	2,60%	2,60%
INCREMENTO % EN UNIDADES	4,11%	4,11%	4,11%	4,11%	4,11%
IMPUESTO DE RENTA	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%
IVA (%)	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%
INC (%)	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%
ICA (X MIL)	0,0033	0,0033	0,0033	0,0033	0,0033
RESERVA LEGAL (%)	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
TRM AÑO 2016 (%)	3.000,71				
DESCUENTOS %	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

Fuente: Los autores

Para la elaboración de los parámetros laborales se tuvieron en cuenta, el código laboral según los lineamientos legales establecidos actualmente en Colombia.

Tabla 5. Parámetros laborales

PARÁMETROS LABORALES	
ÍTEM	
SMMLV (\$)	737.717
Auxilio de transporte (\$)	85.302
Cesantías (%)	8,33%
Intereses a las cesantías	1,00%
Primas	8,33%
Vacaciones	4,17%
Salud (%)	0,00%
Pensión (%)	12,00%
ARL(%)	0,5226%
Caja de compensación familiar	4,00%
ICBF (%)	0,00%
SENA (%)	0,00%

Fuente: Los autores

De acuerdo al grado de responsabilidad, competencias de cada persona y nivel jerárquico del Restaurante Bar Tástaro se establecieron los salarios de cada uno de los empleados realizando el respectivo incremento del IPC para el siguiente año según los datos indicados en la tabla 32 de parámetros económicos:

Tabla 6. Cargos y salarios

CARGOS Y SALARIOS	
ADMINISTRACIÓN	
Gerente	1.564.500
Personal con auxilio	1
PRODUCCIÓN	
Chef	769.439
Auxiliar de cocina	769.439
Barman	769.439
Mesero	769.439
Servicios generales	769.439
Personal con auxilio	5

Fuente: Los autores

Para empezar el funcionamiento del restaurante se tendrá establecido que no se realizará crédito, todos los recaudos y pagos serán de contado.

Tabla 7. Parámetros de recaudos

RECAUDOS	
Contado	100,00%
Crédito	0,00%
Plazo (días)	0

Fuente: Los autores

Tabla 8. Parámetros de pago

PAGOS	
Contado	100,00%
Crédito	0,00%
Plazo (días)	0

Fuente: Los autores

Según los activos que posee el Restaurante Bar Tástaro el valor atribuido a pagar por registro mercantil es:

Tabla 9. Registro mercantil

REGISTRO MERCANTIL	
LIMITE INFERIOR	38.361.284
LIMITE SUPERIOR	51.640.190
PROMEDIO	45.000.737
% A APLICAR	0,89%
VALOR A PAGAR	402.000

Fuente: Los autores

Los gastos indicados a continuación son requeridos para una buena ejecución del Restaurante Bar los cuales son necesarios para su implementación, así estos no se encuentren ligados a la producción dentro de estos gastos se incluyen los de administración, cafetería, papelería y ventas.

Tabla 10. Parámetros de gastos

ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ADMINISTRACIÓN			
Arriendo	1	4.500.000	4.693.500
Servicios Públicos	1	2.000.000	2.086.000
Servicio Gas	1	1.000.000	1.043.000
Servicio Telefónico y TV cable, internet	1	200.000	208.600
Servicio Celular	1	80.000	83.440
Honorarios Contador	1	250.000	260.750
Honorarios Shows musicales en vivo	2	350.000	730.100
IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERÍA			
Azúcar	4	3.500	14.602
Café	4	8.000	33.376
Servilletas	5	2.000	10.430
Esponjas	12	1.000	12.516
Mezcladores	1	4.500	4.694
Servicio gas	782.250		
Lava losa liquido	4	7.000	29.204
Limpiones	10	30.000	312.900
Cepillos	6	3.500	21.903
límpido desinfectante por galón	2	15.000	31.290
Traperos	6	6.000	37.548
Recogedores	6	5.000	31.290
Escobas	6	5.000	31.290
Jabón de Mano	2	9.000	18.774
TOTAL IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERÍA			589.817
ÚTILES DE OFICINA Y PAPELERÍA			
Resmas de papel tamaño carta	3	10.500	32.855
Cinta adhesiva	4	2.500	10.430
Tijeras	3	2.000	6.258
cuenta fácil	3	1.500	4.694
Cuadernos Contables	3	5.000	15.645
AZ	10	3.000	31.290
Perforadoras	2	6.000	12.516
Cosedoras	3	6.000	18.774
Calculadoras	3	20.000	62.580
Lapiceros	1	7.800	8.135
Dispensador de cinta adhesiva	2	10.000	20.860
Marcadores	3	4.000	12.516
Clips	5	1.000	5.215
Ganchos de cosedora	3	2.500	7.823

Cartuchos impresora	1	35.000	36.505
Tóner	1	78.000	81.354
TOTAL ÚTILES DE OFICINA Y PAPELERÍA			367.449
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			10.062.655
VENTAS			
volantes	1	600.000	625.800
tarjetas	1	55.000	57.365
TOTAL GASTOS VENTAS			683.165
TOTAL GASTOS			10.745.820

Fuente: Los autores

5.3 GASTOS GENERALES

En el siguiente punto se indican los gastos que tendrá el Restaurante Bar Tástaro mes a mes y se realiza la consolidación hasta el quinto año:

Tabla 11. Gastos

GASTOS EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
ADMINISTRACIÓN																	
Arriendo	1.173.375	1.173.375	1.173.375	1.173.375	1.173.375	1.173.375	1.173.375	1.173.375	1.173.375	1.173.375	1.173.375	1.173.375	14.080.500	14.446.593	14.822.204	15.207.582	15.602.979
Servicios Públicos	521.500	521.500	521.500	521.500	521.500	521.500	521.500	521.500	521.500	521.500	521.500	521.500	6.258.000	6.420.708	6.587.646	6.758.925	6.934.657
Servicio Gas	260.750	260.750	260.750	260.750	260.750	260.750	260.750	260.750	260.750	260.750	260.750	260.750	3.129.000	3.210.354	3.293.823	3.379.463	3.467.329
Servicio Telefonico y TV cable, internet	208.600	208.600	208.600	208.600	208.600	208.600	208.600	208.600	208.600	208.600	208.600	208.600	2.503.200	2.568.283	2.635.059	2.703.570	2.773.863
Servicio Celular	83.440	83.440	83.440	83.440	83.440	83.440	83.440	83.440	83.440	83.440	83.440	83.440	1.001.280	1.027.313	1.054.023	1.081.428	1.109.545
Honorarios Contador	260.750	260.750	260.750	260.750	260.750	260.750	260.750	260.750	260.750	260.750	260.750	260.750	3.129.000	3.210.354	3.293.823	3.379.463	3.467.329
Honorarios Show's musicales en vivo	730.100	730.100	730.100	730.100	730.100	730.100	730.100	730.100	730.100	730.100	730.100	730.100	8.761.200	8.988.991	9.222.705	9.462.495	9.708.520
Implementos de aseo y cafetería	589.817		589.817		589.817		589.817		589.817		589.817		3.538.899	3.630.910	3.725.314	3.822.172	3.921.549
Utiles de oficina y papelería	367.449		367.449		367.449		367.449		367.449		367.449		2.204.693	2.262.015	2.320.828	2.381.169	2.443.080
TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN	4.195.780	3.238.515	4.195.780	3.238.515	4.195.780	3.238.515	4.195.780	3.238.515	4.195.780	3.238.515	4.195.780	3.238.515	44.605.772	45.765.522	46.955.426	48.176.267	49.428.850
VENTAS																	
volantes	625.800	625.800	625.800	625.800	625.800	625.800	625.800	625.800	625.800	625.800	625.800	625.800	7.509.600	7.704.850	7.905.176	8.110.710	8.321.589
tarjetas	57.365	57.365	57.365	57.365	57.365	57.365	57.365	57.365	57.365	57.365	57.365	57.365	688.380	706.278	724.641	743.482	762.812
TOTAL GASTOS VENTAS	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	8.197.980	8.411.127	8.629.817	8.854.192	9.084.401
Gastos de depreciación	821.867	821.867	821.867	821.867	821.867	821.867	821.867	821.867	821.867	821.867	821.867	821.867	9.862.407	9.862.407	9.862.407	5.157.240	5.157.240
Gastos diferidos	1.105.612	1.105.612	1.105.612	1.105.612	1.105.612	1.105.612	1.105.612	1.105.612	1.105.612	1.105.612	1.105.612	1.105.612	13.267.348				
GASTOS AL ESTADO DE RESULTADOS	6.806.425	5.849.160	6.806.425	5.849.160	6.806.425	5.849.160	6.806.425	5.849.160	6.806.425	5.849.160	6.806.425	5.849.160	75.933.507	64.039.057	65.447.650	62.187.699	63.670.491
GASTOS AL FLUJO DE CAJA	4.878.945	3.921.680	4.878.945	3.921.680	4.878.945	3.921.680	4.878.945	3.921.680	4.878.945	3.921.680	4.878.945	3.921.680	52.803.752	54.176.650	55.585.243	57.030.459	58.513.251

Fuente: Los autores

5.4 COSTOS UNITARIOS DEL PRODUCTO

Para establecer los costos unitarios de cada producto es necesario conocer la demanda que puede abarcar el Restaurante Bar Tástaro, por lo cual según los datos obtenidos anteriormente en el análisis realizado a la demanda, se obtuvo la siguiente información:

Tabla 12. Demanda

Mercado potencial hogares	169.624
% interesados	70,00%
Mercado objetivo	118.737
Frecuencia compra mes	5
Cantidad Comprada	1
Demanda Global	593.684
Participación %	0,35%
Mercado atender mensual	2.100
Meses año	12
Mercado atender anual	25.200

Fuente: Los autores

Ya con base a los datos obtenidos en la anterior tabla se indican los costos unitarios de cada producto en los cuales se refleja el valor de la mano de obra directa y el costo indirecto de fabricación.

Tabla 13. Costo ensalada verde

INSUMO	CANTIDAD POR UNIDAD	MEDIDA	COSTO
Lechuga mixta	220	Gr	120
Hojas de espinaca	220	Gr	147
Mandarinas	240	MI	720
Almendras tostadas	60	Gr	645
Aguacate	1600	Gr	4.000
Vinagre de manzanas	30	MI	600
Miel	30	MI	300
Leche evaporada	240	Gr	480
Aceite	60	MI	225
Sal	4	Gr	5
Pimienta	4	Gr	29
COSTO UNITARIO			7.271
Costo Indirecto de Fabricación			2.794
mano de obra directa			2.582
COSTO DE VENTA TOTAL			12.647

Fuente: Los autores

Tabla 14. Costo ensalada crocante

INSUMO	CANTIDAD POR UNIDAD	MEDIDA	COSTO
Pan tostado (crutones)	480	Gr	1.440
Zanahorias	320	Gr	544
Zapallo	330	Gr	643
Cebolla larga	200	Gr	200
Habas	550	Gr	660
Yogurt natural descremado	240	MI	2.880
Sal	4	Gr	5
Pimienta	4	Gr	29
Perejil	210	Gr	840
Aceite de oliva	60	MI	225
Limón	2	MI	3
COSTO UNITARIO			7.469
mano de obra directa			2.794
Costo Indirecto de Fabricación			2.582
COSTO DE VENTA TOTAL			12.845

Fuente: Los autores

Tabla 15. Costo arroz verde

INSUMO	CANTIDAD POR UNIDAD	MEDIDA	COSTO
Arroz grano	420	Gr	1.075
Cilantro	210	Gr	933
Apio	30	Gr	20
Ají	30	Gr	570
Aceite de oliva	30	Gr	113
Sal	4	Gr	5
COSTO UNITARIO			2.715
mano de obra directa			2.794
Costo Indirecto de Fabricación			2.582
COSTO DE VENTA TOTAL			8.091

Fuente: Los autores

Tabla 16. Costo bitter cordial

INSUMO	CANTIDAD POR UNIDAD	MEDIDA	COSTO
Zumo de limón	6	MI	8
Zumo de naranja	6	MI	5
Lime cordial	6	MI	209
COSTO UNITARIO			223
mano de obra directa			2.794
Costo Indirecto de Fabricación			2.582
COSTO DE VENTA TOTAL			5.599

Fuente: Los autores

Tabla 17. Costo raspberry fresh lemon squash

INSUMO	CANTIDAD POR UNIDAD	MEDIDA	COSTO
Limón	30	MI	42
Azúcar	25	MI	30
Frambuesas	100	Gr	440
Soda	75	MI	218
COSTO UNITARIO			729
mano de obra directa			2.794
Costo Indirecto de Fabricación			2.582
COSTO DE VENTA TOTAL			6.105

Fuente: Los autores

Tabla 18. Costo polynet

INSUMO	CANTIDAD POR UNIDAD	MEDIDA	
Naranja	100	MI	90
Helado	80	Gr	1.120
COSTO UNITARIO			1.210
mano de obra directa			2.794
Costo Indirecto de Fabricación			2.582
COSTO DE VENTA TOTAL			6.586

Fuente: Los autores

Para el cálculo del precio de cada producto se tuvo en cuenta un margen de rentabilidad diferente, frente al costo presentado, el cual se evidencia en la siguiente tabla:

Tabla 19. Margen de rentabilidad y precio

ÍTEM	COSTO	MARGEN	PRECIO DE VENTA
Ensalada verde	12.647	26,51%	16.000
Ensalada crocante	12.845	40,13%	18.000
Arroz verde	8.091	48,30%	12.000
Bitter cordial	5.599	114,33%	12.000
Raspberry fresh lemon squash	6.105	162,06%	16.000
Polynet	6.586	82,20%	12.000

Fuente: Los autores

5.5 PROYECCIÓN DE COSTOS Y VENTAS

A continuación se indican los costos de producción en pesos para la elaboración de los productos (platos y bebidas) a elaborar por el Restaurante Bar mes a mes y la consolidación hasta el quinto año en el cual se especifica como primera medida el porcentaje de participación en ventas que tendrá cada producto:

Tabla 20. Distribución porcentaje de ventas al mes por producto

% PARTICIPACIÓN POR PRODUCTO		MERCADO MENSUAL POR PRODUCTO
Ensalada verde	25%	525
Ensalada crocante	25%	525
Arroz verde	20%	420
Bitter cordial	10%	210
Raspberry fresh lemon squash	10%	210
Polynet	10%	210
TOTAL MERCADO ATENDER		2.100

Fuente: Los autores

Tabla 21. Proyección en ventas y costos de producción

VENTAS TOTALES EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENSALADA VERDE	8.400.000	8.400.000	8.400.000	8.400.000	8.400.000	8.400.000	8.400.000	8.400.000	8.400.000	8.400.000	8.400.000	8.400.000	100.800.000	107.672.442	115.013.440	122.854.940	131.231.065
ENSALADA CROCANTE	9.450.000	9.450.000	9.450.000	9.450.000	9.450.000	9.450.000	9.450.000	9.450.000	9.450.000	9.450.000	9.450.000	9.450.000	113.400.000	121.131.497	129.390.120	138.211.807	147.634.948
ARROZ VERDE	5.040.000	5.040.000	5.040.000	5.040.000	5.040.000	5.040.000	5.040.000	5.040.000	5.040.000	5.040.000	5.040.000	5.040.000	60.480.000	64.603.465	69.008.064	73.712.964	78.738.639
BITTER CORDIAL	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	30.240.000	32.301.733	34.504.032	36.856.482	39.369.319
RASPBERRY FRESH																	
LEMON SQUASH	3.360.000	3.360.000	3.360.000	3.360.000	3.360.000	3.360.000	3.360.000	3.360.000	3.360.000	3.360.000	3.360.000	3.360.000	40.320.000	43.068.977	46.005.376	49.141.976	52.492.426
POLYNET	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	30.240.000	32.301.733	34.504.032	36.856.482	39.369.319
TOTAL	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	375.480.000	401.079.846	428.425.063	457.634.650	488.835.716
COSTOS TOTALES EN PESOS																	
ENSALADA VERDE	6.639.687	6.639.687	6.639.687	6.639.687	6.639.687	6.639.687	6.639.687	6.639.687	6.639.687	6.639.687	6.639.687	6.639.687	79.676.244	85.108.489	90.911.100	97.109.327	103.730.142
ENSALADA CROCANTE	6.743.799	6.743.799	6.743.799	6.743.799	6.743.799	6.743.799	6.743.799	6.743.799	6.743.799	6.743.799	6.743.799	6.743.799	80.925.584	86.443.009	92.336.605	98.632.022	105.356.653
ARROZ VERDE	3.398.414	3.398.414	3.398.414	3.398.414	3.398.414	3.398.414	3.398.414	3.398.414	3.398.414	3.398.414	3.398.414	3.398.414	40.780.973	43.561.378	46.531.349	49.703.809	53.092.564
BITTER CORDIAL	1.175.739	1.175.739	1.175.739	1.175.739	1.175.739	1.175.739	1.175.739	1.175.739	1.175.739	1.175.739	1.175.739	1.175.739	14.108.867	15.070.796	16.098.307	17.195.873	18.368.271
RASPBERRY FRESH																	
LEMON SQUASH	1.282.132	1.282.132	1.282.132	1.282.132	1.282.132	1.282.132	1.282.132	1.282.132	1.282.132	1.282.132	1.282.132	1.282.132	15.385.590	16.434.564	17.555.056	18.751.942	20.030.430
POLYNET	1.383.107	1.383.107	1.383.107	1.383.107	1.383.107	1.383.107	1.383.107	1.383.107	1.383.107	1.383.107	1.383.107	1.383.107	16.597.282	17.728.867	18.937.604	20.228.750	21.607.926
TOTAL	20.622.878	20.622.878	20.622.878	20.622.878	20.622.878	20.622.878	20.622.878	20.622.878	20.622.878	20.622.878	20.622.878	20.622.878	247.474.540	264.347.103	282.370.021	301.621.722	322.185.986
COSTO UNITARIO SIN MDO Y SIN CIF EN PESOS																	
ENSALADA VERDE	7.271	7.271	7.271	7.271	7.271	7.271	7.271	7.271	7.271	7.271	7.271	7.271	7.271	7.460	7.654	7.853	8.057
ENSALADA CROCANTE	7.469	7.469	7.469	7.469	7.469	7.469	7.469	7.469	7.469	7.469	7.469	7.469	7.469	7.663	7.863	8.067	8.277
ARROZ VERDE	2.715	2.715	2.715	2.715	2.715	2.715	2.715	2.715	2.715	2.715	2.715	2.715	2.715	2.786	2.858	2.933	3.009
BITTER CORDIAL	223	223	223	223	223	223	223	223	223	223	223	223	223	228	234	240	247
RASPBERRY FRESH																	
LEMON SQUASH	729	729	729	729	729	729	729	729	729	729	729	729	729	748	768	788	808
POLYNET	1.210	1.210	1.210	1.210	1.210	1.210	1.210	1.210	1.210	1.210	1.210	1.210	1.210	1.241	1.274	1.307	1.341
COSTO TOTALES SIN MDO Y SIN CIF EN PESOS																	
ENSALADA VERDE	3.817.170	3.817.170	3.817.170	3.817.170	3.817.170	3.817.170	3.817.170	3.817.170	3.817.170	3.817.170	3.817.170	3.817.170	45.806.040	48.929.049	52.264.982	55.828.356	59.634.677
ENSALADA CROCANTE	3.921.282	3.921.282	3.921.282	3.921.282	3.921.282	3.921.282	3.921.282	3.921.282	3.921.282	3.921.282	3.921.282	3.921.282	47.055.380	50.263.569	53.690.488	57.351.051	61.261.187
ARROZ VERDE	1.140.401	1.140.401	1.140.401	1.140.401	1.140.401	1.140.401	1.140.401	1.140.401	1.140.401	1.140.401	1.140.401	1.140.401	13.684.810	14.617.826	15.614.455	16.679.032	17.816.192
BITTER CORDIAL	46.732	46.732	46.732	46.732	46.732	46.732	46.732	46.732	46.732	46.732	46.732	46.732	560.786	599.019	639.860	683.485	730.084
RASPBERRY FRESH																	
LEMON SQUASH	153.126	153.126	153.126	153.126	153.126	153.126	153.126	153.126	153.126	153.126	153.126	153.126	1.837.508	1.962.788	2.096.609	2.239.553	2.392.244
POLYNET	254.100	254.100	254.100	254.100	254.100	254.100	254.100	254.100	254.100	254.100	254.100	254.100	3.049.200	3.257.091	3.479.157	3.716.362	3.969.740
TOTAL	9.332.810	9.332.810	9.332.810	9.332.810	9.332.810	9.332.810	9.332.810	9.332.810	9.332.810	9.332.810	9.332.810	9.332.810	111.993.724	119.629.343	127.785.550	136.497.839	145.804.124

Fuente: Los autores

5.6 PROYECCIONES

Tabla 22. Proyección nomina administración

NOMINA ADMINISTRACION EN PESOS																		
CARGOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Gerente	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	18.774.000	19.262.124	19.762.939	20.276.776	20.803.972	
TOTAL	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	18.774.000	19.262.124	19.762.939	20.276.776	20.803.972	
DATOS AL ESTADO DE RESULTADOS																		
Personas con auxilio	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1						
SALARIOS	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	18.774.000	19.262.124	19.762.939	20.276.776	20.803.972	
AUXILIO DE TRANSPORTE (\$)	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	1.023.620	1.050.234	1.077.540	1.105.556	1.134.300	
CESANTIAS (%)	137.483	137.483	137.483	137.483	137.483	137.483	137.483	137.483	137.483	137.483	137.483	137.483	1.649.802	1.692.696	1.736.707	1.781.861	1.828.189	
INTERESES A LAS CESANTIAS	16.498	16.498	16.498	16.498	16.498	16.498	16.498	16.498	16.498	16.498	16.498	16.498	197.976	203.124	208.405	213.823	219.383	
PRIMAS	137.483	137.483	137.483	137.483	137.483	137.483	137.483	137.483	137.483	137.483	137.483	137.483	1.649.802	1.692.696	1.736.707	1.781.861	1.828.189	
VACACIONES	65.188	65.188	65.188	65.188	65.188	65.188	65.188	65.188	65.188	65.188	65.188	65.188	782.250	802.589	823.456	844.866	866.832	
SALUD (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
PENSION (%)	187.740	187.740	187.740	187.740	187.740	187.740	187.740	187.740	187.740	187.740	187.740	187.740	2.252.880	2.311.455	2.371.553	2.433.213	2.496.477	
ARL (%)	8.176	8.176	8.176	8.176	8.176	8.176	8.176	8.176	8.176	8.176	8.176	8.176	98.113	100.664	103.281	105.966	108.722	
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	62.580	62.580	62.580	62.580	62.580	62.580	62.580	62.580	62.580	62.580	62.580	62.580	750.960	770.485	790.518	811.071	832.159	
ICBF (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SENA(%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL	2.264.950	2.264.950	2.264.950	2.264.950	2.264.950	2.264.950	2.264.950	2.264.950	2.264.950	2.264.950	2.264.950	2.264.950	27.179.402	27.886.067	28.611.104	29.354.993	30.118.223	
DATOS AL FLUJO DE CAJA																		
SALARIOS	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	1.564.500	18.774.000	19.262.124	19.762.939	20.276.776	20.803.972	
AUXILIO DE TRANSPORTE (\$)	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	1.023.620	1.050.234	1.077.540	1.105.556	1.134.300	
CESANTIAS (%)													0	1.649.802	1.692.696	1.736.707	1.781.861	
INTERESES A LAS CESANTIAS													0	197.976	203.124	208.405	213.823	
PRIMAS						824.901						824.901	1.649.802	1.692.696	1.736.707	1.781.861	1.828.189	
VACACIONES												782.250	782.250	802.589	823.456	844.866	866.832	
SALUD (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
PENSION (%)	187.740	187.740	187.740	187.740	187.740	187.740	187.740	187.740	187.740	187.740	187.740	187.740	2.252.880	2.311.455	2.371.553	2.433.213	2.496.477	
ARL (%)	8.176	8.176	8.176	8.176	8.176	8.176	8.176	8.176	8.176	8.176	8.176	8.176	98.113	100.664	103.281	105.966	108.722	
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	62.580	62.580	62.580	62.580	62.580	62.580	62.580	62.580	62.580	62.580	62.580	62.580	750.960	770.485	790.518	811.071	832.159	
ICBF (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SENA(%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL	1.908.298	1.908.298	1.908.298	1.908.298	1.908.298	2.733.199	1.908.298	1.908.298	1.908.298	1.908.298	1.908.298	1.908.298	3.515.449	25.331.624	27.838.024	28.561.813	29.304.420	30.066.335

Fuente: Los autores

Tabla 23. Proyección nomina producción

NOMINA PRODUCCION EN PESOS																		
CARGOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
chef	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	9.233.266	9.473.331	9.719.637	9.972.348	10.231.629	
auxiliar de cocina	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	9.233.266	9.473.331	9.719.637	9.972.348	10.231.629	
bartman	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	9.233.266	9.473.331	9.719.637	9.972.348	10.231.629	
mesero	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	9.233.266	9.473.331	9.719.637	9.972.348	10.231.629	
servicios generales	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	9.233.266	9.473.331	9.719.637	9.972.348	10.231.629	
TOTAL	3.847.194	3.847.194	3.847.194	3.847.194	3.847.194	3.847.194	3.847.194	3.847.194	3.847.194	3.847.194	3.847.194	3.847.194	46.166.330	47.366.654	48.598.187	49.861.740	51.158.146	
DATOS AL ESTADO DE RESULTADOS																		
Personas con auxilio	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5						
SALARIOS	3.847.194	3.847.194	3.847.194	3.847.194	3.847.194	3.847.194	3.847.194	3.847.194	3.847.194	3.847.194	3.847.194	3.847.194	46.166.330	47.366.654	48.598.187	49.861.740	51.158.146	
AUXILIO DE TRANSPORTE (\$)	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	1.023.620	1.050.234	1.077.540	1.105.556	1.134.300	
CESANTIAS (%)	327.708	327.708	327.708	327.708	327.708	327.708	327.708	327.708	327.708	327.708	327.708	327.708	3.932.496	4.034.741	4.139.644	4.247.275	4.357.704	
INTERESES A LAS CESANTIAS	39.325	39.325	39.325	39.325	39.325	39.325	39.325	39.325	39.325	39.325	39.325	39.325	471.899	484.169	496.757	509.673	522.924	
PRIMAS	327.708	327.708	327.708	327.708	327.708	327.708	327.708	327.708	327.708	327.708	327.708	327.708	3.932.496	4.034.741	4.139.644	4.247.275	4.357.704	
VACACIONES	160.300	160.300	160.300	160.300	160.300	160.300	160.300	160.300	160.300	160.300	160.300	160.300	1.923.597	1.973.611	2.024.924	2.077.573	2.131.589	
SALUD (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
PENSION (%)	461.663	461.663	461.663	461.663	461.663	461.663	461.663	461.663	461.663	461.663	461.663	461.663	5.539.960	5.683.999	5.831.782	5.983.409	6.138.977	
ARL (%)	20.105	20.105	20.105	20.105	20.105	20.105	20.105	20.105	20.105	20.105	20.105	20.105	241.265	247.538	253.974	260.577	267.352	
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	153.888	153.888	153.888	153.888	153.888	153.888	153.888	153.888	153.888	153.888	153.888	153.888	1.846.653	1.894.666	1.943.927	1.994.470	2.046.326	
ICBF (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SENA(%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL	5.423.193	5.423.193	5.423.193	5.423.193	5.423.193	5.423.193	5.423.193	5.423.193	5.423.193	5.423.193	5.423.193	5.423.193	65.078.316	66.770.352	68.506.381	70.287.547	72.115.023	
DATOS AL FLUJO DE CAJA																		
SALARIOS	3.847.194	3.847.194	3.847.194	3.847.194	3.847.194	3.847.194	3.847.194	3.847.194	3.847.194	3.847.194	3.847.194	3.847.194	46.166.330	47.366.654	48.598.187	49.861.740	51.158.146	
AUXILIO DE TRANSPORTE (\$)	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	85.302	1.023.620	1.050.234	1.077.540	1.105.556	1.134.300	
CESANTIAS (%)													0	3.932.496	4.034.741	4.139.644	4.247.275	
INTERESES A LAS CESANTIAS													0	471.899	484.169	496.757	509.673	
PRIMAS						1.966.248							1.966.248	3.932.496	4.034.741	4.139.644	4.247.275	
VACACIONES													1.923.597	1.973.611	2.024.924	2.077.573	2.131.589	
SALUD (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
PENSION (%)	461.663	461.663	461.663	461.663	461.663	461.663	461.663	461.663	461.663	461.663	461.663	461.663	5.539.960	5.683.999	5.831.782	5.983.409	6.138.977	
ARL (%)	20.105	20.105	20.105	20.105	20.105	20.105	20.105	20.105	20.105	20.105	20.105	20.105	241.265	247.538	253.974	260.577	267.352	
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	153.888	153.888	153.888	153.888	153.888	153.888	153.888	153.888	153.888	153.888	153.888	153.888	1.846.653	1.894.666	1.943.927	1.994.470	2.046.326	
ICBF (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SENA(%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL	4.568.152	4.568.152	4.568.152	4.568.152	4.568.152	6.534.400	4.568.152	4.568.152	4.568.152	4.568.152	4.568.152	4.568.152	8.457.997	60.673.920	66.655.838	68.388.889	70.167.001	71.991.343

Fuente: Los autores

Para realizar la anterior proyección de la nómina del Restaurante Bar y no afectar los costos unitarios del producto, se distribuyeron en dos áreas (administración y producción) para de esta manera desglosar los costos indirectos de fabricación y la mano de obra directa.

Tabla 24. Proyección impuesto al consumo

INC EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INC COBRADO	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	30.038.400	32.086.388	34.274.005	36.610.772	39.106.857
INC PAGADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INC CAUSADO	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	30.038.400	32.086.388	34.274.005	36.610.772	39.106.857
INC AL FLUJO DE CAJA			5.006.400		5.006.400		5.006.400		5.006.400		5.006.400		25.032.000	26.738.656	28.561.671	30.508.977	32.589.048
INC AÑO SIGUIENTE													0	5.006.400	5.347.731	5.712.334	6.101.795
INC TOTAL AL FLUJO DE CAJA	0	0	5.006.400	0	5.006.400	0	5.006.400	0	5.006.400	0	5.006.400	0	25.032.000	31.745.056	33.909.402	36.221.311	38.690.843

Fuente: Los autores

Tabla 25. Proyección recaudo en pesos

INC EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INC COBRADO	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	30.038.400	32.086.388	34.274.005	36.610.772	39.106.857
INC PAGADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INC CAUSADO	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	30.038.400	32.086.388	34.274.005	36.610.772	39.106.857
INC AL FLUJO DE CAJA			5.006.400		5.006.400		5.006.400		5.006.400		5.006.400		25.032.000	26.738.656	28.561.671	30.508.977	32.589.048
INC AÑO SIGUIENTE													0	5.006.400	5.347.731	5.712.334	6.101.795
INC TOTAL AL FLUJO DE CAJA	0	0	5.006.400	0	5.006.400	0	5.006.400	0	5.006.400	0	5.006.400	0	25.032.000	31.745.056	33.909.402	36.221.311	38.690.843

Fuente: Los autores

Tabla 26. Proyección en pagos

PAGOS EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CONTADO	9.332.811	9.332.811	9.332.811	9.332.811	9.332.811	9.332.811	9.332.811	9.332.811	9.332.811	9.332.811	9.332.811	9.332.811	111.993.736	119.629.343	127.785.550	136.497.839	145.804.124
CREDITO		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL DE RECAUDOS	9.332.811	9.332.811	9.332.811	9.332.811	9.332.811	9.332.811	9.332.811	9.332.811	9.332.811	9.332.811	9.332.811	9.332.811	111.993.736	119.629.343	127.785.550	136.497.839	145.804.124

Fuente: Los autores

Tabla 27. Balance general proyectado sin financiación en pesos

TÁSTARO SAS						
Balance General proyectado sin financiación en pesos						
	BALANCE INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
ACTIVOS						
ACTIVO CORRIENTE						
caja-bancos	28.299.671	83.176.155	129.190.826	175.790.114	227.751.600	283.950.751
cuentas por cobrar		0	0	0	0	0
Inventaro	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTE	28.299.671	83.176.155	129.190.826	175.790.114	227.751.600	283.950.751
ACTIVO NO CORRRIENTE						
ACTIVOS FIJOS						
Muebles y Enseres	10.626.500	10.626.500	10.626.500	10.626.500	10.626.500	10.626.500
Equipo De Computo Y Comunicaciones	3.489.000	3.489.000	3.489.000	3.489.000	3.489.000	3.489.000
Maquinaria y Equipo	25.786.200	25.786.200	25.786.200	25.786.200	25.786.200	25.786.200
Edificios y/o construcciones	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
(-) depreciacion acumulada	0	9.862.407	19.724.813	29.587.220	34.744.460	39.901.700
TOTAL ACTIVOS FIJOS	41.901.700	32.039.293	22.176.887	12.314.480	7.157.240	2.000.000
ACTIVOS DIFERIDOS						
Diferidos	13.267.348	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	13.267.348	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	55.169.048	32.039.293	22.176.887	12.314.480	7.157.240	2.000.000
TOTAL ACTIVOS	83.468.719	115.215.448	151.367.713	188.104.594	234.908.840	285.950.751
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
cuentas por pagar proveedores	0	0	0	0	0	0
cesantias por pagar	0	1.649.802	1.692.696	1.736.707	1.781.861	1.828.189
intereses de cesantias	0	197.976	203.124	208.405	213.823	219.383
impuesto de renta por pagar	0	7.805.644	14.349.739	16.692.220	20.776.813	23.511.793
IVA por pagar	0	0	0	0	0	0
INC X Pagar	0	5.006.400	5.347.731	5.712.334	6.101.795	6.517.810
ICA por pagar	0	1.239.084	1.323.563	1.413.803	1.510.194	1.613.158
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0	15.898.906	22.916.853	25.763.469	30.384.487	33.690.333
PASIVOS NO CORRIENTES						
obligaciones financieras	0					
Leasing Financiero	0					
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS	0	15.898.906	22.916.853	25.763.469	30.384.487	33.690.333
PATRIMONIO						
capital social	83.468.719	83.468.719	83.468.719	83.468.719	83.468.719	83.468.719
utilidad acumulada	0	14.263.041	40.483.926	70.985.165	108.950.070	151.912.529
reserva legal acumulada	0	1.584.782	4.498.214	7.887.241	12.105.563	16.879.170
TOTAL PATRIMONIO	83.468.719	99.316.542	128.450.860	162.341.125	204.524.353	252.260.418
PASIVO+PATRIMONIO=ACTIVOS	83.468.719	115.215.448	151.367.713	188.104.594	234.908.840	285.950.751

Fuente: Los autores

Tabla 28. Balance general proyectado con financiación en pesos

TÁSTARO SAS						
Balance General proyectado con financiación en pesos						
	BALANCE INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
ACTIVOS						
ACTIVO CORRIENTE						
caja-bancos	28.299.671	70.680.597	107.150.923	143.830.721	185.377.528	230.508.351
cuentas por cobrar		0	0	0	0	0
Inventaro	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTE	28.299.671	70.680.597	107.150.923	143.830.721	185.377.528	230.508.351
ACTIVO NO CORRRIENTE						
ACTIVOS FIJOS						
Muebles y Enseres	10.626.500	10.626.500	10.626.500	10.626.500	10.626.500	10.626.500
Equipo De Computo Y Comunicaciones	3.489.000	3.489.000	3.489.000	3.489.000	3.489.000	3.489.000
Maquinaria y Equipo	25.786.200	25.786.200	25.786.200	25.786.200	25.786.200	25.786.200
Edificios y/o construcciones	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
(-) depreciacion acumulada	0	9.862.407	19.724.813	29.587.220	34.744.460	39.901.700
TOTAL ACTIVOS FIJOS	41.901.700	32.039.293	22.176.887	12.314.480	7.157.240	2.000.000
ACTIVOS DIFERIDOS						
Diferidos	13.267.348	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	13.267.348	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	55.169.048	32.039.293	22.176.887	12.314.480	7.157.240	2.000.000
TOTAL ACTIVOS	83.468.719	102.719.891	129.327.809	156.145.201	192.534.768	232.508.351
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
cuentas por pagar proveedores	0	0	0	0	0	0
cesantias por pagar	0	1.649.802	1.692.696	1.736.707	1.781.861	1.828.189
intereses de cesantias	0	197.976	203.124	208.405	213.823	219.383
impuesto de renta por pagar	0	4.854.433	11.773.671	14.611.342	19.349.584	22.947.382
IVA por pagar	0	0	0	0	0	0
INC X Pagar	0	5.006.400	5.347.731	5.712.334	6.101.795	6.517.810
ICA por pagar	0	1.239.084	1.323.563	1.413.803	1.510.194	1.613.158
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0	12.947.695	20.340.785	23.682.590	28.957.258	33.125.921
PASIVOS NO CORRIENTES						
obligaciones financieras	33.387.488	29.834.995	25.145.704	18.955.840	10.785.219	0
Leasing Financiero	0					
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	33.387.488	29.834.995	25.145.704	18.955.840	10.785.219	0
TOTAL PASIVOS	33.387.488	42.782.689	45.486.489	42.638.429	39.742.477	33.125.921
PATRIMONIO						
capital social	50.081.232	50.081.232	50.081.232	50.081.232	50.081.232	50.081.232
utilidad acumulada	0	8.870.373	30.384.080	57.082.986	92.439.954	134.371.078
reserva legal acumulada	0	985.597	3.376.009	6.342.554	10.271.106	14.930.120
TOTAL PATRIMONIO	50.081.232	59.937.201	83.841.320	113.506.771	152.792.291	199.382.430
PASIVO+PATRIMONIO=ACTIVOS	83.468.719	102.719.891	129.327.809	156.145.201	192.534.768	232.508.351

Fuente: Los autores

Tabla 29. Estado de resultados sin financiación en pesos

ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACION EN PESOS																	
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	375.480.000	401.079.846	428.425.063	457.634.650	488.835.716
Descuentos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Devoluciones																	
VENTAS NETAS	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	375.480.000	401.079.846	428.425.063	457.634.650	488.835.716
costos de productos vendidos	20.622.878	20.622.878	20.622.878	20.622.878	20.622.878	20.622.878	20.622.878	20.622.878	20.622.878	20.622.878	20.622.878	20.622.878	247.474.540	264.347.103	282.370.021	301.621.722	322.185.986
UTILIDAD BRUTA	10.667.122	10.667.122	10.667.122	10.667.122	10.667.122	10.667.122	10.667.122	10.667.122	10.667.122	10.667.122	10.667.122	10.667.122	128.005.460	136.732.743	146.055.043	156.012.927	166.649.731
EGRESOS																	
Nomina	2.264.950	2.264.950	2.264.950	2.264.950	2.264.950	2.264.950	2.264.950	2.264.950	2.264.950	2.264.950	2.264.950	2.264.950	27.179.402	27.886.067	28.611.104	29.354.993	30.118.223
Gastos de Administracion	4.195.780	3.238.515	4.195.780	3.238.515	4.195.780	3.238.515	4.195.780	3.238.515	4.195.780	3.238.515	4.195.780	3.238.515	44.605.772	45.765.522	46.955.426	48.176.267	49.428.850
Gastos de Ventas	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	8.197.980	8.411.127	8.629.817	8.854.192	9.084.401
Gastos depreciacion	821.867	821.867	821.867	821.867	821.867	821.867	821.867	821.867	821.867	821.867	821.867	821.867	9.862.407	9.862.407	9.862.407	5.157.240	5.157.240
Gastos diferidos	1.105.612	1.105.612	1.105.612	1.105.612	1.105.612	1.105.612	1.105.612	1.105.612	1.105.612	1.105.612	1.105.612	1.105.612	13.267.348	0	0	0	0
ICA	103.257	103.257	103.257	103.257	103.257	103.257	103.257	103.257	103.257	103.257	103.257	103.257	1.239.084	1.323.563	1.413.803	1.510.194	1.613.158
TOTAL EGRESOS	9.174.632	8.217.367	9.174.632	8.217.367	9.174.632	8.217.367	9.174.632	8.217.367	9.174.632	8.217.367	9.174.632	8.217.367	104.351.993	93.248.687	95.472.557	93.052.886	95.401.872
UTILIDAD OPERACIONAL	1.492.490	2.449.755	1.492.490	2.449.755	1.492.490	2.449.755	1.492.490	2.449.755	1.492.490	2.449.755	1.492.490	2.449.755	23.653.467	43.484.056	50.582.486	62.960.041	71.247.859
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																	
Gastos financiero Prestamo													0				
Gastos financiero Leasing													0				
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	1.492.490	2.449.755	1.492.490	2.449.755	1.492.490	2.449.755	1.492.490	2.449.755	1.492.490	2.449.755	1.492.490	2.449.755	23.653.467	43.484.056	50.582.486	62.960.041	71.247.859
impuesto de renta	492.522	808.419	492.522	808.419	492.522	808.419	492.522	808.419	492.522	808.419	492.522	808.419	7.805.644	14.349.739	16.692.220	20.776.813	23.511.793
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	999.968	1.641.336	999.968	1.641.336	999.968	1.641.336	999.968	1.641.336	999.968	1.641.336	999.968	1.641.336	15.847.823	29.134.318	33.890.266	42.183.227	47.736.065
reserva legal	99.997	164.134	99.997	164.134	99.997	164.134	99.997	164.134	99.997	164.134	99.997	164.134	1.584.782	2.913.432	3.389.027	4.218.323	4.773.607
UTILIDAD DEL EJERCICIO	899.971	1.477.202	899.971	1.477.202	899.971	1.477.202	899.971	1.477.202	899.971	1.477.202	899.971	1.477.202	14.263.041	26.220.886	30.501.239	37.964.905	42.962.459
UTILIDAD ACUMULADA													14.263.041	40.483.926	70.985.165	108.950.070	151.912.529
RESERVA LEGAL ACUMULADA													1.584.782	4.498.214	7.887.241	12.105.563	16.879.170

Fuente: los autores

Tabla 30. Estado de resultados con financiación en pesos

ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACION EN PESOS																	
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	375.480.000	401.079.846	428.425.063	457.634.650	488.835.716
Descuentos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Devoluciones																	
VENTAS NETAS	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	31.290.000	375.480.000	401.079.846	428.425.063	457.634.650	488.835.716
COSTO PRODUCTOS VENDIDOS	20.622.878	20.622.878	20.622.878	20.622.878	20.622.878	20.622.878	20.622.878	20.622.878	20.622.878	20.622.878	20.622.878	20.622.878	247.474.540	264.347.103	282.370.021	301.621.722	322.185.986
UTILIDAD BRUTA	10.667.122	10.667.122	10.667.122	10.667.122	10.667.122	10.667.122	10.667.122	10.667.122	10.667.122	10.667.122	10.667.122	10.667.122	128.005.460	136.732.743	146.055.043	156.012.927	166.649.731
EGRESOS																	
Nomina	2.264.950	2.264.950	2.264.950	2.264.950	2.264.950	2.264.950	2.264.950	2.264.950	2.264.950	2.264.950	2.264.950	2.264.950	27.179.402	27.886.067	28.611.104	29.354.993	30.118.223
Gastos de Administracion	4.195.780	3.238.515	4.195.780	3.238.515	4.195.780	3.238.515	4.195.780	3.238.515	4.195.780	3.238.515	4.195.780	3.238.515	44.605.772	45.765.522	46.955.426	48.176.267	49.428.850
Gastos de Ventas	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	8.197.980	8.411.127	8.629.817	8.854.192	9.084.401
Gastos depreciacion	821.867	821.867	821.867	821.867	821.867	821.867	821.867	821.867	821.867	821.867	821.867	821.867	9.862.407	9.862.407	9.862.407	5.157.240	5.157.240
Gastos diferidos	1.105.612	1.105.612	1.105.612	1.105.612	1.105.612	1.105.612	1.105.612	1.105.612	1.105.612	1.105.612	1.105.612	1.105.612	13.267.348	0	0	0	0
ICA	103.257	103.257	103.257	103.257	103.257	103.257	103.257	103.257	103.257	103.257	103.257	103.257	1.239.084	1.323.563	1.413.803	1.510.194	1.613.158
TOTAL EGRESOS	9.174.632	8.217.367	9.174.632	8.217.367	9.174.632	8.217.367	9.174.632	8.217.367	9.174.632	8.217.367	9.174.632	8.217.367	104.351.993	93.248.687	95.472.557	93.052.886	95.401.872
UTILIDAD OPERACIONAL	1.492.490	2.449.755	1.492.490	2.449.755	1.492.490	2.449.755	1.492.490	2.449.755	1.492.490	2.449.755	1.492.490	2.449.755	23.653.467	43.484.056	50.582.486	62.960.041	71.247.859
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																	
Gastos financiero Prestamo	781.457	775.375	769.151	762.782	756.263	749.591	742.764	735.777	728.626	721.307	713.818	706.153	8.943.064	7.806.266	6.305.693	4.324.937	1.710.338
Gastos financiero Leasing													0				
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	781.457	775.375	769.151	762.782	756.263	749.591	742.764	735.777	728.626	721.307	713.818	706.153	8.943.064	7.806.266	6.305.693	4.324.937	1.710.338
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	711.032	1.674.379	723.338	1.686.973	736.227	1.700.163	749.726	1.713.978	763.864	1.728.448	778.672	1.743.602	14.710.403	35.677.790	44.276.793	58.635.104	69.537.520
IMPUESTO DE RENTA	234.641	552.545	238.702	556.701	242.955	561.054	247.409	565.613	252.075	570.388	256.962	575.389	4.854.433	11.773.671	14.611.342	19.349.584	22.947.382
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	476.392	1.121.834	484.637	1.130.272	493.272	1.139.110	502.316	1.148.366	511.789	1.158.060	521.710	1.168.213	9.855.970	23.904.119	29.665.451	39.285.520	46.590.139
RESERVA LEGAL	47.639	112.183	48.464	113.027	49.327	113.911	50.232	114.837	51.179	115.806	52.171	116.821	985.597	2.390.412	2.966.545	3.928.552	4.659.014
UTILIDAD DEL EJERCICIO	428.752	1.009.651	436.173	1.017.245	443.945	1.025.199	452.085	1.033.529	460.610	1.042.254	469.539	1.051.392	8.870.373	21.513.707	26.698.906	35.356.968	41.931.125
UTILIDAD ACUMULADA													8.870.373	30.384.080	57.082.986	92.439.954	134.371.078
RESERVA LEGAL ACUMULADA													985.597	3.376.009	6.342.554	10.271.106	14.930.120

Fuente: Los autores

Tabla 31. Flujo de caja sin financiación

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACION EN PESOS																	
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Recaudos	31.290.001	31.290.001	31.290.001	31.290.001	31.290.001	31.290.001	31.290.001	31.290.001	31.290.001	31.290.001	31.290.001	31.290.001	375.480.012	401.079.846	428.425.063	457.634.650	488.835.716
IVA cobrado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INC cobrado	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	30.038.400	32.086.388	34.274.005	36.610.772	39.106.857
TOTAL INGRESOS	33.793.201	33.793.201	33.793.201	33.793.201	33.793.201	33.793.201	33.793.201	33.793.201	33.793.201	33.793.201	33.793.201	33.793.201	405.518.412	433.166.234	462.699.068	494.245.422	527.942.574
EGRESOS																	
Nomina	1.908.298	1.908.298	1.908.298	1.908.298	1.908.298	2.733.199	1.908.298	1.908.298	1.908.298	1.908.298	1.908.298	3.515.449	25.331.624	27.838.024	28.561.813	29.304.420	30.066.335
Gastos de Administracion	4.195.780	3.238.515	4.195.780	3.238.515	4.195.780	3.238.515	4.195.780	3.238.515	4.195.780	3.238.515	4.195.780	3.238.515	44.605.772	45.765.522	46.955.426	48.176.267	49.428.850
Gastos de ventas	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	8.197.980	8.411.127	8.629.817	8.854.192	9.084.401
IVA PAGADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IVA TOTAL AL FLUJO DE CAJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INC TOTAL AL FLUJO DE CAJA	0	0	5.006.400	0	5.006.400	0	5.006.400	0	5.006.400	0	5.006.400	0	25.032.000	31.745.056	33.909.402	36.221.311	38.690.843
Seguros													0	0	0	0	0
Impuesto de renta													0	7.805.644	14.349.739	16.692.220	20.776.813
ICA													0	1.239.084	1.323.563	1.413.803	1.510.194
Pagos	20.622.879	20.622.879	20.622.879	20.622.879	20.622.879	20.622.879	20.622.879	20.622.879	20.622.879	20.622.879	20.622.879	20.622.879	247.474.552	264.347.103	282.370.021	301.621.722	322.185.986
Descuentos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL EGRESOS	27.410.122	26.452.857	32.416.522	26.452.857	32.416.522	27.277.758	32.416.522	26.452.857	32.416.522	26.452.857	32.416.522	28.060.008	350.641.928	387.151.562	416.099.781	442.283.936	471.743.423
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	6.383.079	7.340.344	1.376.679	7.340.344	1.376.679	6.515.443	1.376.679	7.340.344	1.376.679	7.340.344	1.376.679	5.733.193	54.876.484	46.014.672	46.599.288	51.961.486	56.199.151
FLUJO DE CAJA FINANCIERO																	
Gastos financieros Prestamo													0				
Amortizacion prestamo													0				
Gastos financieros Leasing													0				
Amortizacion Leasing													0				
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FLUJO DE CAJA NETO	6.383.079	7.340.344	1.376.679	7.340.344	1.376.679	6.515.443	1.376.679	7.340.344	1.376.679	7.340.344	1.376.679	5.733.193	54.876.484	46.014.672	46.599.288	51.961.486	56.199.151
saldo inicial de caja	28.299.671	34.682.750	42.023.094	43.399.772	50.740.116	52.116.795	58.632.238	60.008.916	67.349.260	68.725.939	76.066.283	77.442.962	28.299.671	83.176.155	129.190.826	175.790.114	227.751.600
Saldo Final de Caja	34.682.750	42.023.094	43.399.772	50.740.116	52.116.795	58.632.238	60.008.916	67.349.260	68.725.939	76.066.283	77.442.962	83.176.155	83.176.155	129.190.826	175.790.114	227.751.600	283.950.751

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	(83.468.719)	54.876.484	46.014.672	46.599.288	51.961.486	56.199.151

DTF(%)	5,32%
SPREAD(%)	28,00%
CDO(%)	34,81%
VPN (\$)	29.932.136
TIR (%)	54,05%
B/C(VECES)	1,36

Fuente: Los autores

Tabla 32. Flujo de caja con financiación

FLUJO DE CAJA CON FINANCIACION EN PESOS																	
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Recaudos	31.290.001	31.290.001	31.290.001	31.290.001	31.290.001	31.290.001	31.290.001	31.290.001	31.290.001	31.290.001	31.290.001	31.290.001	375.480.012	401.079.846	428.425.063	457.634.650	488.835.716
IVA cobrado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INC cobrado	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	2.503.200	30.038.400	32.086.388	34.274.005	36.610.772	39.106.857
TOTAL INGRESOS	33.793.201	33.793.201	33.793.201	33.793.201	33.793.201	33.793.201	33.793.201	33.793.201	33.793.201	33.793.201	33.793.201	33.793.201	405.518.412	433.166.234	462.699.068	494.245.422	527.942.574
EGRESOS																	
Nomina	1.908.298	1.908.298	1.908.298	1.908.298	1.908.298	2.733.199	1.908.298	1.908.298	1.908.298	1.908.298	1.908.298	3.515.449	25.331.624	27.838.024	28.561.813	29.304.420	30.066.335
Gastos de Administracion	4.195.780	3.238.515	4.195.780	3.238.515	4.195.780	3.238.515	4.195.780	3.238.515	4.195.780	3.238.515	4.195.780	3.238.515	44.605.772	45.765.522	46.955.426	48.176.267	49.428.850
Gastos de ventas	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	683.165	8.197.980	8.411.127	8.629.817	8.854.192	9.084.401
IVA PAGADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IVA TOTAL AL FLUJO DE CAJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INC TOTAL AL FLUJO DE CAJA	0	0	5.006.400	0	5.006.400	0	5.006.400	0	5.006.400	0	5.006.400	0	25.032.000	31.745.056	33.909.402	36.221.311	38.690.843
Seguros													0	0	0	0	0
Impuesto de renta													0	4.854.433	11.773.671	14.611.342	19.349.584
ICA													0	1.239.084	1.323.563	1.413.803	1.510.194
Pagos	20.622.879	20.622.879	20.622.879	20.622.879	20.622.879	20.622.879	20.622.879	20.622.879	20.622.879	20.622.879	20.622.879	20.622.879	247.474.552	264.347.103	282.370.021	301.621.722	322.185.986
Descuentos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL EGRESOS	27.410.122	26.452.857	32.416.522	26.452.857	32.416.522	27.277.758	32.416.522	26.452.857	32.416.522	26.452.857	32.416.522	28.060.008	350.641.928	384.200.351	413.523.713	440.203.057	470.316.194
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	6.383.079	7.340.344	1.376.679	7.340.344	1.376.679	6.515.443	1.376.679	7.340.344	1.376.679	7.340.344	1.376.679	5.733.193	54.876.484	48.965.883	49.175.356	54.042.365	57.626.380
FLUJO DE CAJA FINANCIERO																	
Gastos financieros Prestamo	781.457	775.375	769.151	762.782	756.263	749.591	742.764	735.777	728.626	721.307	713.818	706.153	8.943.064	7.806.266	6.305.693	4.324.937	1.710.338
Amortizacion prestamo	259.839	265.921	272.145	278.515	285.034	291.705	298.533	305.520	312.671	319.989	327.479	335.144	3.552.493	4.689.291	6.189.864	8.170.621	10.785.219
Gastos financieros Leasing													0				
Amortizacion Leasing													0				
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	1.041.296	1.041.296	1.041.296	1.041.296	1.041.296	1.041.296	1.041.296	1.041.296	1.041.296	1.041.296	1.041.296	1.041.296	12.495.557	12.495.557	12.495.557	12.495.557	12.495.557
FLUJO DE CAJA NETO	5.341.782	6.299.048	335.382	6.299.048	335.382	5.474.147	335.382	6.299.048	335.382	6.299.048	335.382	4.691.897	42.380.926	36.470.325	36.679.798	41.546.808	45.130.823
saldo inicial de caja	28.299.671	33.641.453	39.940.501	40.275.883	46.574.930	46.910.312	52.384.459	52.719.841	59.018.889	59.354.271	65.653.318	65.988.701	28.299.671	70.680.597	107.150.923	143.830.721	185.377.528
SALDO FINAL DE CAJA	33.641.453	39.940.501	40.275.883	46.574.930	46.910.312	52.384.459	52.719.841	59.018.889	59.354.271	65.653.318	65.988.701	70.680.597	70.680.597	107.150.923	143.830.721	185.377.528	230.508.351

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	(50.081.232)	42.380.926	36.470.325	36.679.798	41.546.808	45.130.823

DTF(%)	5,32%
SPREAD(%)	28,00%
COO(%)	34,81%

VPN (\$)	39.110.874
TIR (%)	75,12%
B/C(VECES)	1,78

Fuente: Los autores

Tabla 33. Análisis vertical balance general proyectado sin financiación en pesos

TÁSTARO SAS												
Análisis Vertical Balance General proyectado sin financiación en pesos												
	BALANCE INICIAL	ANALISIS VERTICAL	AÑO1	ANALISIS VERTICAL	AÑO2	ANALISIS VERTICAL	AÑO3	ANALISIS VERTICAL	AÑO4	ANALISIS VERTICAL	AÑO5	ANALISIS VERTICAL
ACTIVOS												
ACTIVO CORRIENTE												
caja-bancos	28.299.671	33,90%	83.176.155	72,19%	129.190.826	85,35%	175.790.114	93,45%	227.751.600	96,95%	283.950.751	99,30%
cuentas por cobrar		0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Inventario	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTE	28.299.671	33,90%	83.176.155	72,19%	129.190.826	85,35%	175.790.114	93,45%	227.751.600	96,95%	283.950.751	99,30%
ACTIVO NO CORRIENTE												
ACTIVOS FIJOS												
Muebles y Enseres	10.626.500	12,73%	10.626.500	9,22%	10.626.500	7,02%	10.626.500	5,65%	10.626.500	4,52%	10.626.500	3,72%
Equipo De Computo Y Comunicaciones	3.489.000	4,18%	3.489.000	3,03%	3.489.000	2,30%	3.489.000	1,85%	3.489.000	1,49%	3.489.000	1,22%
Maquinaria y Equipo	25.786.200	30,89%	25.786.200	22,38%	25.786.200	17,04%	25.786.200	13,71%	25.786.200	10,98%	25.786.200	9,02%
Edificios y/o construcciones	2.000.000	2,40%	2.000.000	1,74%	2.000.000	1,32%	2.000.000	1,06%	2.000.000	0,85%	2.000.000	0,70%
(-) depreciacion acumulada	0	0,00%	9.862.407	8,56%	19.724.813	13,03%	29.587.220	15,73%	34.744.460	14,79%	39.901.700	13,95%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	41.901.700	50,20%	32.039.293	27,81%	22.176.887	14,65%	12.314.480	6,55%	7.157.240	3,05%	2.000.000	0,70%
ACTIVOS DIFERIDOS												
Diferidos	13.267.348		0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	13.267.348	15,89%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	55.169.048	66,10%	32.039.293	27,81%	22.176.887	14,65%	12.314.480	6,55%	7.157.240	3,05%	2.000.000	0,70%
TOTAL ACTIVOS	83.468.719	100,00%	115.215.448	100,00%	151.367.713	100,00%	188.104.594	100,00%	234.908.840	100,00%	285.950.751	100,00%
PASIVOS												
PASIVOS CORRIENTES												
cuentas por pagar proveedores	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
cesantias por pagar	0	0,00%	1.649.802	1,43%	1.692.696	1,12%	1.736.707	0,92%	1.781.861	0,76%	1.828.189	0,64%
intereses de cesantias	0	0,00%	197.976	0,17%	203.124	0,13%	208.405	0,11%	213.823	0,09%	219.383	0,08%
impuesto de renta por pagar	0	0,00%	7.805.644	6,77%	14.349.739	9,48%	16.692.220	8,87%	20.776.813	8,84%	23.511.793	8,22%
IVA por pagar	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
INC X Pagar	0	0,00%	5.006.400	4,35%	5.347.731	3,53%	5.712.334	3,04%	6.101.795	2,60%	6.517.810	2,28%
ICA por pagar	0	0,00%	1.239.084	1,08%	1.323.563	0,87%	1.413.803	0,75%	1.510.194	0,64%	1.613.158	0,56%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0	0,00%	15.898.906	13,80%	22.916.853	15,14%	25.763.469	13,70%	30.384.487	12,93%	33.690.333	11,78%
PASIVOS NO CORRIENTES												
obligaciones financieras	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
Leasing Financiero	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL PASIVOS	0	0,00%	15.898.906	13,80%	22.916.853	15,14%	25.763.469	13,70%	30.384.487	12,93%	33.690.333	11,78%
PATRIMONIO												
capital social	83.468.719	100,00%	83.468.719	72,45%	83.468.719	55,14%	83.468.719	44,37%	83.468.719	35,53%	83.468.719	29,19%
utilidad acumulada	0	0,00%	14.263.041	12,38%	40.483.926	26,75%	70.985.165	37,74%	108.950.070	46,38%	151.912.529	53,13%
reserva legal acumulada	0	0,00%	1.584.782	1,38%	4.498.214	2,97%	7.887.241	4,19%	12.105.563	5,15%	16.879.170	5,90%
TOTAL PATRIMONIO	83.468.719	100,00%	99.316.542	86,20%	128.450.860	84,86%	162.341.125	86,30%	204.524.353	87,07%	252.260.418	88,22%
PASIVO+PATRIMONIO=ACTIVOS	83.468.719	100,00%	115.215.448	100,00%	151.367.713	100,00%	188.104.594	100,00%	234.908.840	100,00%	285.950.751	100,00%

Fuente: Los autores

Tabla 34. Análisis Vertical Balance General proyectado con financiación en pesos

TÁSTARO SAS												
Análisis Vertical Balance General proyectado con financiación en pesos												
	BALANCE INICIAL	ANALISIS VERTICAL	AÑO1	ANALISIS VERTICAL	AÑO2	ANALISIS VERTICAL	AÑO3	ANALISIS VERTICAL	AÑO4	ANALISIS VERTICAL	AÑO5	ANALISIS VERTICAL
ACTIVOS												
ACTIVO CORRIENTE												
caja-bancos	28.299.671	33,90%	70.680.597	68,81%	107.150.923	82,85%	143.830.721	92,11%	185.377.528	96,28%	230.508.351	99,14%
cuentas por cobrar		0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Inventario	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTE	28.299.671	33,90%	70.680.597	68,81%	107.150.923	82,85%	143.830.721	92,11%	185.377.528	96,28%	230.508.351	99,14%
ACTIVO NO CORRIENTE												
ACTIVOS FIJOS												
Muebles y Enseres	10.626.500	12,73%	10.626.500	10,35%	10.626.500	8,22%	10.626.500	6,81%	10.626.500	5,52%	10.626.500	4,57%
Equipo De Computo Y Comunicaciones	3.489.000	4,18%	3.489.000	3,40%	3.489.000	2,70%	3.489.000	2,23%	3.489.000	1,81%	3.489.000	1,50%
Maquinaria y Equipo	25.786.200	30,89%	25.786.200	25,10%	25.786.200	19,94%	25.786.200	16,51%	25.786.200	13,39%	25.786.200	11,09%
Edificios y/o construcciones	2.000.000	2,40%	2.000.000	1,95%	2.000.000	1,55%	2.000.000	1,28%	2.000.000	1,04%	2.000.000	0,86%
(-) depreciacion acumulada	0	0,00%	9.862.407	9,60%	19.724.813	15,25%	29.587.220	18,95%	34.744.460	18,05%	39.901.700	17,16%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	41.901.700	50,20%	32.039.293	31,19%	22.176.887	17,15%	12.314.480	7,89%	7.157.240	3,72%	2.000.000	0,86%
ACTIVOS DIFERIDOS												
Diferidos	13.267.348	15,89%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	13.267.348	15,89%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	55.169.048	66,10%	32.039.293	31,19%	22.176.887	17,15%	12.314.480	7,89%	7.157.240	3,72%	2.000.000	0,86%
TOTAL ACTIVOS	83.468.719	100,00%	102.719.891	100,00%	129.327.809	100,00%	156.145.201	100,00%	192.534.768	100,00%	232.508.351	100,00%
PASIVOS												
PASIVOS CORRIENTES												
cuentas por pagar proveedores	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
cesantias por pagar	0	0,00%	1.649.802	1,61%	1.692.696	1,31%	1.736.707	1,11%	1.781.861	0,93%	1.828.189	0,79%
intereses de cesantias	0	0,00%	197.976	0,19%	203.124	0,16%	208.405	0,13%	213.823	0,11%	219.383	0,09%
impuesto de renta por pagar	0	0,00%	4.854.433	4,73%	11.773.671	9,10%	14.611.342	9,36%	19.349.584	10,05%	22.947.382	9,87%
IVA por pagar	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
INC X Pagar	0	0,00%	5.006.400	4,87%	5.347.731	4,14%	5.712.334	3,66%	6.101.795	3,17%	6.517.810	2,80%
ICA por pagar	0	0,00%	1.239.084	1,21%	1.323.563	1,02%	1.413.803	0,91%	1.510.194	0,78%	1.613.158	0,69%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0	0,00%	12.947.695	12,60%	20.340.785	15,73%	23.682.590	15,17%	28.957.258	15,04%	33.125.921	14,25%
PASIVOS NO CORRIENTES												
obligaciones financieras	33.387.488	40,00%	29.834.995	29,05%	25.145.704	19,44%	18.955.840	12,14%	10.785.219	5,60%	0	0,00%
Leasing Financiero	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	33.387.488	40,00%	29.834.995	29,05%	25.145.704	19,44%	18.955.840	12,14%	10.785.219	5,60%	0	0,00%
TOTAL PASIVOS	33.387.488	40,00%	42.782.689	41,65%	45.486.489	35,17%	42.638.429	27,31%	39.742.477	20,64%	33.125.921	14,25%
PATRIMONIO												
capital social	50.081.232	60,00%	50.081.232	48,76%	50.081.232	38,72%	50.081.232	32,07%	50.081.232	26,01%	50.081.232	21,54%
utilidad acumulada	0	0,00%	8.870.373	8,64%	30.384.080	23,49%	57.082.986	36,56%	92.439.954	48,01%	134.371.078	57,79%
reserva legal acumulada	0	0,00%	985.597	0,96%	3.376.009	2,61%	6.342.554	4,06%	10.271.106	5,33%	14.930.120	6,42%
TOTAL PATRIMONIO	50.081.232	60,00%	59.937.201	58,35%	83.841.320	64,83%	113.506.771	72,69%	152.792.291	79,36%	199.382.430	85,75%
PASIVO+PATRIMONIO=ACTIVOS	83.468.719	100,00%	102.719.891	100,00%	129.327.809	100,00%	156.145.201	100,00%	192.534.768	100,00%	232.508.351	100,00%

Fuente: Los autores

Tabla 35. Análisis vertical estado de resultados sin financiación en pesos

ANALISIS VERTICAL ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACION EN PESOS										
INGRESOS	AÑO 1	ANALISIS VERTICAL	AÑO 2	ANALISIS VERTICAL	AÑO 3	ANALISIS VERTICAL	AÑO 4	ANALISIS VERTICAL	AÑO 5	ANALISIS VERTICAL
Ventas	375.480.000		401.079.846		428.425.063		457.634.650		488.835.716	
Descuentos	0		0		0		0		0	
Devoluciones										
VENTAS NETAS	375.480.000	100,00%	401.079.846	100,00%	428.425.063	100,00%	457.634.650	100,00%	488.835.716	100,00%
COSTO PRODUCTOS VENDIDOS	247.474.540	65,91%	264.347.103	65,91%	282.370.021	65,91%	301.621.722	65,91%	322.185.986	65,91%
UTILIDAD BRUTA	128.005.460	34,09%	136.732.743	34,09%	146.055.043	34,09%	156.012.927	34,09%	166.649.731	34,09%
EGRESOS										
Nomina	27.179.402	7,24%	27.886.067	6,95%	28.611.104	6,68%	29.354.993	6,41%	30.118.223	6,16%
Gastos de Administracion	44.605.772	11,88%	45.765.522	11,41%	46.955.426	10,96%	48.176.267	10,53%	49.428.850	10,11%
Gastos de Ventas	8.197.980	2,18%	8.411.127	2,10%	8.629.817	2,01%	8.854.192	1,93%	9.084.401	1,86%
Gastos depreciacion	9.862.407	2,63%	9.862.407	2,46%	9.862.407	2,30%	5.157.240	1,13%	5.157.240	1,06%
Gastos diferidos	13.267.348	3,53%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
ICA	1.239.084	0,33%	1.323.563	0,33%	1.413.803	0,33%	1.510.194	0,33%	1.613.158	0,33%
TOTAL EGRESOS	104.351.993	27,79%	93.248.687	23,25%	95.472.557	22,28%	93.052.886	20,33%	95.401.872	19,52%
UTILIDAD OPERACIONAL	23.653.467	6,30%	43.484.056	10,84%	50.582.486	11,81%	62.960.041	13,76%	71.247.859	14,58%
OTROS INGRESOS Y EGRESOS										
Gastos financiero Prestamo	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
Gastos financiero Leasing	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	23.653.467	6,30%	43.484.056	10,84%	50.582.486	11,81%	62.960.041	13,76%	71.247.859	14,58%
IMPUESTO DE RENTA	7.805.644	2,08%	14.349.739	3,58%	16.692.220	3,90%	20.776.813	4,54%	23.511.793	4,81%
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	15.847.823	4,22%	29.134.318	7,26%	33.890.266	7,91%	42.183.227	9,22%	47.736.065	9,77%
RESERVA LEGAL	1.584.782	0,42%	2.913.432	0,73%	3.389.027	0,79%	4.218.323	0,92%	4.773.607	0,98%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	14.263.041	3,80%	26.220.886	6,54%	30.501.239	7,12%	37.964.905	8,30%	42.962.459	8,79%

Fuente: Los autores

Tabla 36. Análisis vertical estado de resultados con financiación en pesos

ANALISIS VERTICAL ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACION EN PESOS										
INGRESOS	AÑO 1	ANALISIS VERTICAL	AÑO 2	ANALISIS VERTICAL	AÑO 3	ANALISIS VERTICAL	AÑO 4	ANALISIS VERTICAL	AÑO 5	ANALISIS VERTICAL
Ventas	375.480.000		401.079.846		428.425.063		457.634.650		488.835.716	
Descuentos	0		0		0		0		0	
Devoluciones										
VENTAS NETAS	375.480.000	100,00%	401.079.846	100,00%	428.425.063	100,00%	457.634.650	100,00%	488.835.716	100,00%
COSTO PRODUCTOS VENDIDOS	247.474.540	65,91%	264.347.103	65,91%	282.370.021	65,91%	301.621.722	65,91%	322.185.986	65,91%
UTILIDAD BRUTA	128.005.460	34,09%	136.732.743	34,09%	146.055.043	34,09%	156.012.927	34,09%	166.649.731	34,09%
EGRESOS										
Nomina	27.179.402	7,24%	27.886.067	6,95%	28.611.104	6,68%	29.354.993	6,41%	30.118.223	6,16%
Gastos de Administracion	44.605.772	11,88%	45.765.522	11,41%	46.955.426	10,96%	48.176.267	10,53%	49.428.850	10,11%
Gastos de Ventas	8.197.980	2,18%	8.411.127	2,10%	8.629.817	2,01%	8.854.192	1,93%	9.084.401	1,86%
Gastos depreciacion	9.862.407	2,63%	9.862.407	2,46%	9.862.407	2,30%	5.157.240	1,13%	5.157.240	1,06%
Gastos diferidos	13.267.348	3,53%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
ICA	1.239.084	0,33%	1.323.563	0,33%	1.413.803	0,33%	1.510.194	0,33%	1.613.158	0,33%
TOTAL EGRESOS	104.351.993	27,79%	93.248.687	23,25%	95.472.557	22,28%	93.052.886	20,33%	95.401.872	19,52%
UTILIDAD OPERACIONAL	23.653.467	6,30%	43.484.056	10,84%	50.582.486	11,81%	62.960.041	13,76%	71.247.859	14,58%
OTROS INGRESOS Y EGRESOS										
Gastos financiero Prestamo	8.943.064	2,38%	7.806.266	1,95%	6.305.693	1,47%	4.324.937	0,95%	1.710.338	0,35%
Gastos financiero Leasing	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	8.943.064	2,38%	7.806.266	1,95%	6.305.693	1,47%	4.324.937	0,95%	1.710.338	0,35%
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	14.710.403	3,92%	35.677.790	8,90%	44.276.793	10,33%	58.635.104	12,81%	69.537.520	14,23%
IMPUESTO DE RENTA	4.854.433	1,29%	11.773.671	2,94%	14.611.342	3,41%	19.349.584	4,23%	22.947.382	4,69%
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	9.855.970	2,62%	23.904.119	5,96%	29.665.451	6,92%	39.285.520	8,58%	46.590.139	9,53%
RESERVA LEGAL	985.597	0,26%	2.390.412	0,60%	2.966.545	0,69%	3.928.552	0,86%	4.659.014	0,95%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	8.870.373	2,36%	21.513.707	5,36%	26.698.906	6,23%	35.356.968	7,73%	41.931.125	8,58%

Fuente: Los autores

Tabla 37. Análisis horizontal balance general proyectado sin financiación en pesos

TÁSTARO SAS																
Análisis Horizontal Balance General proyectado sin financiación en pesos																
	BALANCE INICIAL	AÑO1	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
ACTIVOS																
ACTIVO CORRIENTE																
caja-bancos	28.299.671	83.176.155	54.876.484	193,91%	129.190.826	46.014.672	55,32%	175.790.114	46.599.288	36,07%	227.751.600	51.961.486	29,56%	283.950.751	56.199.151	24,68%
cuentas por cobrar	0	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%
Inventario	0	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTE	28.299.671	83.176.155	54.876.484	193,91%	129.190.826	46.014.672	55,32%	175.790.114	46.599.288	36,07%	227.751.600	51.961.486	29,56%	283.950.751	56.199.151	24,68%
ACTIVO NO CORRIENTE																
ACTIVOS FIJOS																
Muebles y Enseres	10.626.500	10.626.500	-	0,00%	10.626.500	-	0,00%	10.626.500	-	0,00%	10.626.500	-	0,00%	10.626.500	-	0,00%
Equipo De Computo Y Comunicaciones	3.489.000	3.489.000	-	0,00%	3.489.000	-	0,00%	3.489.000	-	0,00%	3.489.000	-	0,00%	3.489.000	-	0,00%
Maquinaria y Equipo	25.786.200	25.786.200	-	0,00%	25.786.200	-	0,00%	25.786.200	-	0,00%	25.786.200	-	0,00%	25.786.200	-	0,00%
Edificios y/o construcciones	2.000.000	2.000.000	-	0,00%	2.000.000	-	0,00%	2.000.000	-	0,00%	2.000.000	-	0,00%	2.000.000	-	0,00%
(-) depreciación acumulada	0	9.862.407	9.862.407	0,00%	19.724.813	9.862.407	100,00%	29.587.220	9.862.407	50,00%	34.744.460	5.157.240	17,43%	39.901.700	5.157.240	14,84%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	41.901.700	32.039.293	(9.862.407)	(23,54%)	22.176.887	(9.862.407)	(30,78%)	12.314.480	(9.862.407)	(44,47%)	7.157.240	(5.157.240)	(41,88%)	2.000.000	(5.157.240)	(72,06%)
ACTIVOS DIFERIDOS																
Diferidos	13.267.348	0	(13.267.348)	(100,00%)	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	13.267.348	0	(13.267.348)	(100,00%)	0	-	0,00%	0	-	0,00%	-	-	0,00%	0	-	0,00%
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	55.169.048	32.039.293	(23.129.755)	(41,93%)	22.176.887	(9.862.407)	(30,78%)	12.314.480	(9.862.407)	(44,47%)	7.157.240	(5.157.240)	(41,88%)	2.000.000	(5.157.240)	(72,06%)
TOTAL ACTIVOS	83.468.719	115.215.448	31.746.729	38,03%	151.367.713	36.152.265	31,38%	188.104.594	36.736.881	24,27%	234.908.840	46.804.246	24,88%	285.950.751	51.041.911	21,73%
PASIVOS																
PASIVOS CORRIENTES																
cuentas por pagar proveedores	0	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%
cesantías por pagar	0	1.649.802	1.649.802	0,00%	1.692.696	42.895	2,60%	1.736.707	44.010	2,60%	1.781.861	45.154	2,60%	1.828.189	46.328	2,60%
intereses de cesantías	0	197.976	197.976	0,00%	203.124	5.147	2,60%	208.405	5.281	2,60%	213.823	5.419	2,60%	219.383	5.559	2,60%
impuesto de renta por pagar	0	7.805.644	7.805.644	0,00%	14.349.739	6.544.094	83,84%	16.692.220	2.342.482	16,32%	20.776.813	4.084.593	24,47%	23.511.793	2.734.980	13,16%
IVA por pagar	0	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%
INC X Pagar	0	5.006.400	5.006.400	0,00%	5.347.731	341.331	6,82%	5.712.334	364.603	6,82%	6.101.795	389.461	6,82%	6.517.810	416.014	6,82%
ICA por pagar	0	1.239.084	1.239.084	0,00%	1.323.563	84.479	6,82%	1.413.803	90.239	6,82%	1.510.194	96.392	6,82%	1.613.158	102.964	6,82%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0	15.898.906	15.898.906	0,00%	22.916.853	7.017.947	44,14%	25.763.469	2.846.615	12,42%	30.384.487	4.621.019	17,94%	33.690.333	3.305.845	10,88%
PASIVOS NO CORRIENTES																
obligaciones financieras	0		-	0,00%		-	0,00%		-	0,00%		-	0,00%		-	0,00%
Leasing Financiero	0		-	0,00%		-	0,00%		-	0,00%		-	0,00%		-	0,00%
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	0	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%
TOTAL PASIVOS	0	15.898.906	15.898.906	0,00%	22.916.853	7.017.947	44,14%	25.763.469	2.846.615	12,42%	30.384.487	4.621.019	17,94%	33.690.333	3.305.845	10,88%
PATRIMONIO																
capital social	83.468.719	83.468.719	-	0,00%	83.468.719	-	0,00%	83.468.719	-	0,00%	83.468.719	-	0,00%	83.468.719	-	0,00%
utilidad acumulada	0	14.263.041	14.263.041	0,00%	40.483.926	26.220.886	183,84%	70.985.165	30.501.239	75,34%	108.950.070	37.964.905	53,48%	151.912.529	42.962.459	39,43%
reserva legal acumulada	0	1.584.782	1.584.782	0,00%	4.498.214	2.913.432	183,84%	7.887.241	3.389.027	75,34%	12.105.563	4.218.323	53,48%	16.879.170	4.773.607	39,43%
TOTAL PATRIMONIO	83.468.719	99.316.542	15.847.823	18,99%	128.450.860	29.134.318	29,33%	162.341.125	33.890.266	26,38%	204.524.353	42.183.227	25,98%	252.260.418	47.736.065	23,34%
PASIVO+PATRIMONIO=ACTIVOS	83.468.719	115.215.448	31.746.729	38,03%	151.367.713	36.152.265	31,38%	188.104.594	36.736.881	24,27%	234.908.840	46.804.246	24,88%	285.950.751	51.041.911	21,73%

Fuente: Los autores

Tabla 38. Análisis horizontal balance general proyectado con financiación en pesos

TÁSTARO SAS																
Análisis Horizontal Balance General proyectado con financiación en pesos																
	BALANCE INICIAL	AÑO1	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
ACTIVOS																
ACTIVO CORRIENTE																
caja-bancos	28.299.671	70.680.597	42.380.926	149,76%	107.150.923	36.470.325	51,60%	143.830.721	36.679.798	34,23%	185.377.528	41.546.808	28,89%	230.508.351	45.130.823	24,35%
cuentas por cobrar		0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%
Inventaro	0	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTE	28.299.671	70.680.597	42.380.926	149,76%	107.150.923	36.470.325	51,60%	143.830.721	36.679.798	34,23%	185.377.528	41.546.808	28,89%	230.508.351	45.130.823	24,35%
ACTIVO NO CORRIENTE																
ACTIVOS FIJOS																
Muebles y Enseres	10.626.500	10.626.500	-	0,00%	10.626.500	-	0,00%	10.626.500	-	0,00%	10.626.500	-	0,00%	10.626.500	-	0,00%
Equipo De Computo Y Comunicaciones	3.489.000	3.489.000	-	0,00%	3.489.000	-	0,00%	3.489.000	-	0,00%	3.489.000	-	0,00%	3.489.000	-	0,00%
Maquinaria y Equipo	25.786.200	25.786.200	-	0,00%	25.786.200	-	0,00%	25.786.200	-	0,00%	25.786.200	-	0,00%	25.786.200	-	0,00%
Edificio y/o construcciones	2.000.000	2.000.000	-	0,00%	2.000.000	-	0,00%	2.000.000	-	0,00%	2.000.000	-	0,00%	2.000.000	-	0,00%
(-) depreciacion acumulada	0	9.862.407	9.862.407	0,00%	19.724.813	9.862.407	100,00%	29.587.220	9.862.407	50,00%	34.744.460	5.157.240	17,43%	39.901.700	5.157.240	14,84%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	41.901.700	32.039.293	(9.862.407)	(23,54%)	22.176.887	(9.862.407)	(30,78%)	12.314.480	(9.862.407)	(44,47%)	7.157.240	(5.157.240)	(41,88%)	2.000.000	(5.157.240)	(72,06%)
ACTIVOS DIFERIDOS																
Diferidos	13.267.348	0	(13.267.348)	(100,00%)	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	13.267.348	0	(13.267.348)	(100,00%)	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	55.169.048	32.039.293	(23.129.755)	(41,93%)	22.176.887	(9.862.407)	(30,78%)	12.314.480	(9.862.407)	(44,47%)	7.157.240	(5.157.240)	(41,88%)	2.000.000	(5.157.240)	(72,06%)
TOTAL ACTIVOS	83.468.719	102.719.891	19.251.171	23,06%	129.327.809	26.607.919	25,90%	156.145.201	26.817.392	20,74%	192.534.768	36.389.568	23,30%	232.508.351	39.973.583	20,76%
PASIVOS																
PASIVOS CORRIENTES																
cuentas por pagar proveedores	0	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%
cesantias por pagar	0	1.649.802	1.649.802	0,00%	1.692.696	42.895	2,60%	1.736.707	44.010	2,60%	1.781.861	45.154	2,60%	1.828.189	46.328	2,60%
intereses de cesantias	0	197.976	197.976	0,00%	203.124	5.147	2,60%	208.405	5.281	2,60%	213.823	5.419	2,60%	219.383	5.559	2,60%
impuesto de renta por pagar	0	4.854.433	4.854.433	0,00%	11.773.671	6.919.238	142,53%	14.611.342	2.837.671	24,10%	19.349.584	4.738.243	32,43%	22.947.382	3.597.797	18,59%
IVA por pagar	0	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%
INC X Pagar	0	5.006.400	5.006.400	0,00%	5.347.731	341.331	6,82%	5.712.334	364.603	6,82%	6.101.795	389.461	6,82%	6.517.810	416.014	6,82%
ICA por pagar	0	1.239.084	1.239.084	0,00%	1.323.563	84.479	6,82%	1.413.803	90.239	6,82%	1.510.194	96.392	6,82%	1.613.158	102.964	6,82%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0	12.947.695	12.947.695	0,00%	20.340.785	7.393.091	57,10%	23.682.590	3.341.804	16,43%	28.957.258	5.274.668	22,27%	33.125.921	4.168.663	14,40%
PASIVOS NO CORRIENTES																
obligaciones financieras	33.387.488	29.834.995	(3.552.493)	(10,64%)	25.145.704	(4.689.291)	(15,72%)	18.955.840	(6.189.864)	(24,62%)	10.785.219	(8.170.621)	(43,10%)	0	(10.785.219)	(100,00%)
Leasing Financiero	0		-	0,00%		-	0,00%		-	0,00%		-	0,00%		-	0,00%
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	33.387.488	29.834.995	(3.552.493)	(10,64%)	25.145.704	(4.689.291)	(15,72%)	18.955.840	(6.189.864)	(24,62%)	10.785.219	(8.170.621)	(43,10%)	0	(10.785.219)	(100,00%)
TOTAL PASIVOS	33.387.488	42.782.689	9.395.202	28,14%	45.486.489	2.703.800	6,32%	42.638.429	(2.848.060)	(6,26%)	39.742.477	(2.895.952)	(6,79%)	33.125.921	(6.616.556)	(16,65%)
PATRIMONIO																
capital social	50.081.232	50.081.232	-	0,00%	50.081.232	-	0,00%	50.081.232	-	0,00%	50.081.232	-	0,00%	50.081.232	-	0,00%
utilidad acumulada	0	8.870.373	8.870.373	0,00%	30.384.080	21.513.707	242,53%	57.082.986	26.698.906	87,87%	92.439.954	35.356.968	61,94%	134.371.078	41.931.125	45,36%
reserva legal acumulada	0	985.597	985.597	0,00%	3.376.009	2.390.412	242,53%	6.342.554	2.966.545	87,87%	10.271.106	3.928.552	61,94%	14.930.120	4.659.014	45,36%
TOTAL PATRIMONIO	50.081.232	59.937.201	9.855.970	19,68%	83.841.320	23.904.119	39,88%	113.506.771	29.665.451	35,38%	152.792.291	39.285.520	34,61%	199.382.430	46.590.139	30,49%
PASIVO+PATRIMONIO=ACTIVOS	83.468.719	102.719.891	19.251.171	23,06%	129.327.809	26.607.919	25,90%	156.145.201	26.817.392	20,74%	192.534.768	36.389.568	23,30%	232.508.351	39.973.583	20,76%

Fuente: Los autores

Tabla 39. Análisis horizontal estado de resultados con financiación en pesos

ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACION EN PESOS													
INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
Ventas	375.480.000	401.079.846	25.599.846	6,82%	428.425.063	27.345.217	6,82%	457.634.650	29.209.587	6,82%	488.835.716	31.201.067	6,82%
Descuentos	0	0	-	0	0	-	0,00%	0	-	0,00%	0	-	0,00%
Devoluciones													
VENTAS NETAS	375.480.000	401.079.846	25.599.846	6,82%	428.425.063	27.345.217	6,82%	457.634.650	29.209.587	6,82%	488.835.716	31.201.067	6,82%
COSTO PRODUCTOS VENDIDOS	247.474.540	264.347.103	16.872.563	6,82%	282.370.021	18.022.918	6,82%	301.621.722	19.251.702	6,82%	322.185.986	20.564.263	6,82%
UTILIDAD BRUTA	128.005.460	136.732.743	8.727.283	6,82%	146.055.043	9.322.300	6,82%	156.012.927	9.957.885	6,82%	166.649.731	10.636.803	6,82%
EGRESOS													
Nomina	27.179.402	27.886.067	706.664	2,60%	28.611.104	725.038	2,60%	29.354.993	743.889	2,60%	30.118.223	763.230	2,60%
Gastos de Administracion	44.605.772	45.765.522	1.159.750	2,60%	46.955.426	1.189.904	2,60%	48.176.267	1.220.841	2,60%	49.428.850	1.252.583	2,60%
Gastos de Ventas	8.197.980	8.411.127	213.147	2,60%	8.629.817	218.689	2,60%	8.854.192	224.375	2,60%	9.084.401	230.209	2,60%
Gastos depreciacion	9.862.407	9.862.407	0	0,00%	9.862.407	0	0,00%	5.157.240	(4.705.167)	(47,71%)	5.157.240	0	0,00%
Gastos diferidos	13.267.348	0	(13.267.348)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
ICA	1.239.084	1.323.563	84.479	6,82%	1.413.803	90.239	6,82%	1.510.194	96.392	6,82%	1.613.158	102.964	6,82%
TOTAL EGRESOS	104.351.993	93.248.687	(11.103.307)	(10,64%)	95.472.557	2.223.870	2,38%	93.052.886	(2.419.670)	(2,53%)	95.401.872	2.348.985	2,52%
UTILIDAD OPERACIONAL	23.653.467	43.484.056	19.830.589	83,84%	50.582.486	7.098.430	16,32%	62.960.041	12.377.555	24,47%	71.247.859	8.287.818	13,16%
OTROS INGRESOS Y EGRESOS													
Gastos financiero Prestamo	8.943.064	7.806.266	(1.136.798)	(12,71%)	6.305.693	(1.500.573)	(19,22%)	4.324.937	(1.980.756)	(31,41%)	1.710.338	(2.614.599)	(60,45%)
Gastos financiero Leasing	0												
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	8.943.064	7.806.266	(1.136.798)	(12,71%)	6.305.693	(1.500.573)	(19,22%)	4.324.937	(1.980.756)	(31,41%)	1.710.338	(2.614.599)	(60,45%)
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	14.710.403	35.677.790	20.967.387	142,53%	44.276.793	8.599.003	24,10%	58.635.104	14.358.311	32,43%	69.537.520	10.902.417	18,59%
IMPUESTO DE RENTA	4.854.433	11.773.671	6.919.238	142,53%	14.611.342	2.837.671	24,10%	19.349.584	4.738.243	32,43%	22.947.382	3.597.797	18,59%
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	9.855.970	23.904.119	14.048.149	142,53%	29.665.451	5.761.332	24,10%	39.285.520	9.620.069	32,43%	46.590.139	7.304.619	18,59%
RESERVA LEGAL	985.597	2.390.412	1.404.815	142,53%	2.966.545	576.133	24,10%	3.928.552	962.007	32,43%	4.659.014	730.462	18,59%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	8.870.373	21.513.707	12.643.334	142,53%	26.698.906	5.185.199	24,10%	35.356.968	8.658.062	32,43%	41.931.125	6.574.157	18,59%

Fuente: Los autores

Tabla 40. Punto de equilibrio en unidades

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JTUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ER SIN FINANCIACIÓN	576	703	576	703	576	703	576	703	576	703	576	703	7.673	7.483	8.182	8.629	9.397
ER CON FINANCIACIÓN	473	600	475	602	477	604	478	606	480	607	482	609	6.494	6.479	7.392	8.101	9.193

Fuente: Los autores

Tabla 41. Razones financieras para estados financieros sin financiación

RAZONES FINANCIERAS PARA ESTADOS FINANCIEROS SIN FINANCIACION					
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
CAPITAL NETO DE TRABAJO	67.277.249	106.273.973	150.026.645	197.367.113	250.260.418
RAZON CORRIENTE	5,23	5,64	6,82	7,50	8,43
PRUEBA ACIDA	5,23	5,64	6,82	7,50	8,43
DIAS DE CARTERA	0	0	0	0	0
ROTACION DE CARTERA	0	0	0	0	0
ENDEUDAMIENTO	13,80%	15,14%	13,70%	13,05%	11,78%
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS	8,55%	15,79%	15,77%	16,87%	16,29%
RENDIMIENTOS SOBRE PATRIMONIO	15,96%	22,68%	20,88%	20,63%	18,92%
MARGEN BRUTO	34,09%	34,09%	34,09%	34,09%	34,09%
MARGEN OPERACIONAL	6,30%	10,84%	11,81%	13,76%	14,58%
MARGEN NETO	4,22%	7,26%	7,91%	9,22%	9,77%
DIAS DEL AÑO	365				

Fuente: Los autores

Tabla 42. Razones financieras para estados financieros con financiación

RAZONES FINANCIERAS PARA ESTADOS FINANCIEROS CON FINANCIACION					
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
CAPITAL NETO DE TRABAJO	57.732.903	86.810.137	120.148.131	156.420.270	197.382.430
RAZON CORRIENTE	5,46	5,27	6,07	6,40	6,96
PRUEBA ACIDA	5,46	5,27	6,07	6,40	6,96
DIAS DE CARTERA	0	0	0	0	0
ROTACION DE CARTERA	0	0	0	0	0
ENDEUDAMIENTO	41,65%	35,17%	27,31%	20,64%	14,25%
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS	9,59%	18,48%	19,00%	20,40%	20,04%
RENDIMIENTOS SOBRE PATRIMONIO	16,44%	28,51%	26,14%	25,71%	23,37%
MARGEN BRUTO	34,09%	34,09%	34,09%	34,09%	34,09%
MARGEN OPERACIONAL	6,30%	10,84%	11,81%	13,76%	14,58%
MARGEN NETO	2,62%	5,96%	6,92%	8,58%	9,53%
DIAS DEL AÑO	365				

Fuente: Los autores

Tabla 43. Análisis de sensibilidad

ANALISIS DE SENSIBILIDAD				
DISMINUCION MARGEN BRUTO EN 8%				
	FLUJO DE CAJA SF		FLUJO DE CAJA CF	
	ORIGINAL	MODIFICADO	ORIGINAL	MODIFICADO
VPN (\$)	29.932.136	(8.536.290)	39.110.874	(173.232)
TIR(%)	54,05%	29,11%	75,12%	34,62%
B/C(VECES)	1,36	0,90	1,78	1,00

Fuente: Los autores

6 CONCLUSIONES

- El estudio realizado demuestra la viabilidad que tiene la ejecución del Restaurante Bar Tástaro, debido a que brinda una rentabilidad económica estable, según lo indicado en los estados financieros.
- En la actualidad se identificó que existe por parte de las personas un mayor nivel de concientización por el consumo de alimentos saludables, debido al beneficio que estos brindan para su salud, gracias a las buenas prácticas por una nutrición sana que han promovido las organizaciones y entidades.
- Se consiguió determinar la factibilidad de incursionar en el mercado con productos culinarios saludables e instalaciones adecuadas con un ambiente natural que permitan al Restaurante Bar Tástaro ser un promotor de la gastronomía local.
- La realización del proyecto permitió emplear las habilidades y conocimientos adquiridos a través de la carrera cursada de Administración de Empresas, la cual contribuyó al mejoramiento de las competencias laborales, personales y académicas.

7 RECOMENDACIONES

- Implementar número de meseros y auxiliar administrativo al existir un mayor incremento en las utilidades del Restaurante Bar de tal modo que se pueda brindar un mejor servicio al cliente y agilidad en los procesos.
- Obtener la financiación de un nuevo crédito modalidad leasing al termino del préstamo inicial con el fin de comprar el bien inmueble, en el cual se encuentra ubicado, de tal manera que este a largo plazo no sea un gasto, y pase a ser un patrimonio para el negocio generando mayor rentabilidad y valorización del mismo.
- Ampliar el catálogo de productos del Restaurante Bar Tástaro de tal modo que se generen cambios diferenciadores y atractivos que permitan fidelizar y ampliar el mercado.
- Estudiar la posibilidad de implementar huertas para cultivar y cosechar, la materia prima requerida para la elaboración de los productos; con el fin de reducir costos y aumentar la calidad de los alimentos ofertados.

8 REFERENCIAS

- Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica. [ACODRES]. (2016). *Normatividad para restaurantes en Colombia*. Recuperado 18 de agosto de 2016, a partir de <http://acodres.com.co/AC/normatividad-para-restaurantes-colombia/>
- Alcaldía de Santiago de Cali & Departamento Administrativo de Planeación. (2016). *Cali en cifras 2015*. Recuperado a partir de <http://planeacion.cali.gov.co/caliencifras/Documentos%20pdf/Caliencifras2015.pdf>
- Biografías & Vidas. (2004). *Abraham Maslow*. Recuperado 3 de septiembre de 2017, a partir de <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/m/maslow.htm>
- Cámara de Comercio de Cali. (2016). *Documento de constitución*. Recuperado a partir de <http://www.ccc.org.co/como-crear-su-empresa/registrarla-minuta-en-una-notaria>
- Cámara de comercio de Medellín para Antioquia. (2014). *Obligaciones laborales*. Recuperado a partir de http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/Memorias/OBLIGACIONES%20LABORALES_BARBOSA_23_JULIO_2014.pdf
- Coctelería y Mixología México. (2016). *Mixología*. Recuperado 18 de agosto de 2016, a partir de <http://www.cocteleria.com.mx/mixologia>
- El Colombiano. (2012). *Colombianos aumentaron consumo en los restaurantes*. Recuperado 21 de agosto de 2016, a partir de

http://www.elcolombiano.com/historico/consumo_de_colombianos_en_restaurantes_aumento_en_la_ultima_decada-CVEC_182044

Delgado, J. (2015). *Nutrición saludable: Sus beneficios*. Recuperado 18 de agosto de 2016, a partir de <https://www.nutricionsaludable.com/nutricion-saludable-sus-beneficios>

Delgado, J. (2015). *¿Qué diferencia a un vegetariano de un vegano?* Recuperado 18 de agosto de 2016, a partir de <https://www.nutricionsaludable.com/que-diferencia-a-un-vegetariano-de-un-vegano>

El Congreso de la república de Colombia. (2013). *Por medio de la cual se dictan disposiciones penales y administrativas para sancionar la conducción bajo el influjo del alcohol u otras sustancias psicoactivas*, Pub. L. No. 1696 (2013). Recuperado a partir de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=55964>

El País. (2015). *Las empresas innovan o se mueren: experto en emprendimiento*. Recuperado a partir de <http://www.elpais.com.co/economia/las-empresas-innovan-o-se-mueren-experto-en-emprendimiento.html>

Google Maps. (2016). *Mapa del barrio el Peñon Cali.jpg*. Recuperado a partir de https://www.google.com/maps/vt/data=RfCSdfNZ0LFP rHSm0ublXdzhdrDFh tmHhN1u- gM,H3bqb5jWitejpsThMofEbV_Cbp4zB31KenlkBiOJTNdCSq72v0CoWnzW T-V8nBU- D_tBbpkC3DPuHgculukXvldbC3ldREPktVcTw7r6OzsGdaCMs6oB5cH3EU m39nnHS2zKNleaocRWNbrVx-

Mlkp8fNy2kY93y5lpboAlv9n_AMFTW0VXZpeMP_e2chYQIL_Fuc26vOopwr
nQ

Haydeki. (2016). *Comida orgánica*. Recuperado 18 de agosto de 2016, a partir de
<https://www.conexionverde.com/comida-organica/>

La Barra. (2014). *Proyecciones la Barra 2016* (69ª ed.). Recuperado a partir de
<https://revistalabarra.com/ediciones/ed-69-proyecciones-2016-tendencias-mercado-consumo/>

Ministerio de Salud y Protección Social. (2013). *Guía alimentación saludable*.
Recuperado a partir de
<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/SNA/Guia-Alimentacion-saludable.pdf>

Minsal Pérez, D., & Pérez Rodríguez, Y. (2007). *Organización funcional, matricial...: en busca de una estructura adecuada para la organización*.
Recuperado a partir de http://eprints.rclis.org/10620/1/10-Organizaci%C3%B3n_funcional,_matricial.pdf

Organización Mundial de la Salud. (2015). *Alimentación sana*. Recuperado 19 de agosto de 2016, a partir de
<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs394/es/>

Portafolio. (2010). *Ventajas de las S.A.S seducen a empresarios; 82% de las empresas creadas en septiembre fue bajo esta modalidad*. Recuperado 8 de octubre de 2017, a partir de
<http://www.portafolio.co/negocios/empresas/ventajas-sas-seducen-empresarios-82-empresas-creadas-septiembre-modalidad-141600>

Positiva compañía de seguros. (2015). *Positiva ARL*. Recuperado 8 de octubre de 2017, a partir de <https://www.positiva.gov.co/arl/paginas/default.aspx>

Revista IAlimentos. (2015). *Los consumidores quieren comer saludable*. Recuperado 3 de diciembre de 2017, a partir de <https://revistaialimentos.com/noticias/los-consumidores-quieren-comer-saludable/>

Silva, E. (2013). *Escuela online de marketing gastronómico*. Recuperado 19 de agosto de 2016, a partir de <http://marketingastronomico.com/como-mejorar-la-gestion-de-restaurantes/>

9 ANEXOS

Anexo 1. Cotización pauta radial

Fundación Carvajal

NIT: 890,411,970-7

PBX: 554 2949

FAX: 554-28 92

DIRECCIÓN: Carrera 25 No, 2-01

CORREO: Api!~Q9 8178

Cali, Agosto 16 de 2016

Señor:

Rony Hernández Vélez

Cali

Cordial saludo:

Según nuestra conversación telefónica, a continuación pongo a su disposición nuestra emisora para la divulgación y promoción de su mensaje comercial, llevándolo al más alto nivel. Somos una buena herramienta para que llegue a empresas, ejecutivos, profesionales independientes, amas de casa y adultos en general de estratos medio, medio-alto, alto.

Con más de 22 años dedicados a la difusión de la cultura musical, nos hemos posicionado en el corazón de los Vallecaucanos, a través de una selecta programación, que recorre los diferentes periodos: Barroco, Clásico Romántico y

Contemporáneo, matizando con Música Colombiana, Latinoamericana Jazz, y Boleros.

A continuación, presento el costo de la estrategia publicitaria propuesta por usted:

Dos cuñas diarias de hasta 30 segundos de lunes a domingo (60 cuñas al mes)
Valor neto mensual \$:200.000.

Los horarios serán 8:00 a.m. y 6:00 p.m. (Como le explique telefónicamente solo tenemos corte para cuñas cada hora)

El Costo de la elaboración del comercial (en caso de necesitarlo) es de \$90.000 incluye: Elaboración de textos, musicalización, locución y copia en CD.

Queremos que 88.5 F. M. se convierta en una excelente herramienta para divulgar no solo su mensaje comercial, institucional y/o corporativo, sino además proyectar una imagen cultural, valor agregado muy importante a su inversión publicitaria que ninguna emisora le puede ofrecer.

Fuente: (Radio 88.5 F.M, 2017)

Anexo 3. Eslogan



Fuente: Los autores

Anexo 4. Formato encuesta

1. ¿Cómo calificaría usted los siguientes aspectos de nuestros platos?	E	B	R	MM
Presentación				
Variedad				
Temperatura				
2. ¿Cómo calificaría usted los siguientes aspectos de nuestros cocteles?	E	B	R	MM
Decoración				
Variedad				
3. ¿Cómo calificaría el servicio recibido el día de hoy?	E	B	R	MM
Rapidez				
Atención				
Calidad				

Cordialidad				
4, Que tipo de música le gustaría escuchar?				
5 Sugerencias				
Nombre:				
Edad:				
Entre 18 y 25				
Entre 26 y 36				
Entre 37 y 47				
Más de 47 años				

Fuente: Los autores

Anexo 5. Encuesta análisis de viabilidad para la creación del restaurante bar “Tástaro”

ANÁLISIS DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL RESTAURANTE BAR “TÁSTARO”

Nombre:

Edad: 18-25_____ 26-40_____ 41-60_____

Sus ingresos mensuales equivalen:

Menor a 1 SMMLV_____ Entre 2 y 3 SMMLV_____ Mas de 4
SMMLV_____

seleccione la respuesta más adecuada para usted

1. ¿Qué tan a menudo consume alimentos en restaurantes?

1 vez por semana _____

2 a 3 veces por semana _____

4 a 6 veces por semana _____

2. ¿Cómo le gustaría la atención en un restaurante?

Con calidad y variedad en los productos _____

Precios favorables _____

Servicio y atención eficiente _____

Con actividades sociales _____

Todas las anteriores _____

3. ¿Cuál es el medio más común con el cual usted se entera o conoce

Sobre un restaurante?

Televisión _____

Prensa _____

Radio _____

redes sociales _____

volante _____

- otros medios _____
4. Porque le gusta la comida saludable _____
 me ayuda a cuidar la salud _____
 Por recomendación de los médicos _____
 Por su variedad de los menús _____
- Los productos no tienen conservantes ni químicos _____
- Por su precio y calidad _____
5. ¿Qué menú le gustaría encontrar en el restaurante?
 Ensaladas _____
 Jugos _____
 Cremas _____
 Platos típicos _____
 Comidas rápidas _____
 Sopas _____
 Postres _____
 Todas las anteriores _____
6. ¿Qué clase de bebidas le gustaría encontrar en un bar?
 Cocteles _____
 Vinos _____
 cervezas _____
 bebidas fuertes _____
 Todas las anteriores _____
7. ¿A qué edad cree usted que se debe empezar a comer saludable?
 5 años en adelante _____
 15 años en adelante _____
 25 años en adelante _____
 35 años en adelante _____
8. ¿Cuál sería una desventaja de la comida saludable?
 Las costumbres de la región _____
 Dejar de consumir carne _____
 La falta de restaurantes saludables _____
 Adaptarse _____
9. ¿Qué tipo de música le gustaría encontrar en un bar?
 Clásica _____
 Latina _____
 Presentaciones en vivo _____
 Rock pop _____
 Crossover _____

Salsa _____
10. ¿Cómo le gustaría que fuera la decoración y el ambiente del restaurante? _____
Estilo europeo _____
Estilo oriental _____
Clásico natural _____
Innovador y relajado _____

Fuente: Los autores