

**VIABILIDAD DE UN RESTAURANTE TIPO GOURMET Y ARTESANAL EN LA
CIUDAD DE CALI.**

JOSÉ FÉLIX MUÑOZ ALEGRÍA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA - LUMEN GENTIUM

UNIDAD DE POSGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA

CALI, VALLE DEL CAUCA

2016

**TÍTULO VIABILIDAD DE UN RESTAURANTE TIPO GOURMET Y
ARTESANAL EN LA CIUDAD DE CALI.**

JOSÉ FÉLIX MUÑOZ ALEGRÍA

ID. 000374552

**Trabajo presentado como requisito parcial de grado para optar al título de
ESPECIALISTA EN GERENCIA DE PROYECTOS**

Director/Asesor

HECTOR FABIO OSPINA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA- LUMEN GENTIUM

UNIDAD DE POSGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA

CALI, VALLE DEL CAUCA

2016

Dedicatoria

A mi esposa María del Socorro con todo mi amor, a mi hija Ángela María, a mis padres Sara María y José Rafael.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por permitirme culminar satisfactoriamente esta etapa en Mi vida.

A nuestro Director Héctor Fabio Ospina por creer en nosotros y brindarnos esta oportunidad de crecimiento personal y profesional y a cada uno de los docentes que nos acompañaron durante esta especialización y nos proporcionaron sus experiencias y conocimientos, especialmente al profesor Andrés Ochoa por su diligencia.

A mi familia por permitirme estar donde estoy ahora, sin el apoyo de ellos, esto no sería posible.

A María del Socorro Caicedo Duque, Ángela María Muñoz Caicedo y Sara María Alegría por su inagotable apoyo y amor, ¡Las amo!

En realidad son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional, a las cuales agradezco su amistad y compañía en los momentos más difíciles, recuerdo también personas que pasaron por mi vida y que aun guardo en mi corazón.

A todos aquellos que ya no están, como José Rafael Muñoz Crespo, mi padre y que me acompaña siempre sin importar en dónde este.

Un sueño más cumplido, una meta más alcanzada... el límite es el cielo.

RESUMEN

La presente investigación tiene como fin conocer si es viable la puesta en marcha de un restaurante tipo gourmet y artesanal en la ciudad de Cali, aplicándola en los estratos 3, 4, 5 y 6 mediante una investigación de tipo descriptiva, pues tiene como propósito describir la estructura de los fenómenos y su dinámica, el método que se empleara será el de investigación y análisis y se utilizaran fuentes secundarias.

Dentro de las fuentes secundarias se utilizaran bibliografías, trabajos de grado y páginas web y la técnica comprenderá el uso de instrumentos; siendo que, las técnicas son los medios empleados para recolectar información, la cual se diseñara de acuerdo a la conveniencia de profundizar en los gustos y preferencias de los consumidores.

Para segmentar esta investigación se determinó que el público objetivo para el presente trabajo son los habitantes de la ciudad de Cali, de los estratos 3, 4, 5 y 6, personas a la que les gusta comer exquisita y exóticamente. Dentro de esta población se pueden abarcar las personas de 24 años hasta los 59 años, por ser personas habilitadas para tomar sus propias decisiones y que son laboralmente activas y podrían tener la capacidad adquisitiva para consumir en este tipo de restaurante.

Con base en esta investigación se pretende coadyuvar en solucionar la problemática de la investigación, ya que la malnutrición y la obesidad son dos patologías que afecta la población mundial y específicamente en este caso a las personas que viven en Cali; ofreciéndoles a las personas de los estratos 3, 4,5 y 6, comida sana, exquisita y variada.

Palabras claves: Gourmet, artesanal, descriptiva, fuentes, malnutrición, obesidad.

ABSTRACT

This research aims to know the feasibility of the implementation of a gourmet restaurant and craft in the city of Cali, applied in layers 3, 4, 5 and 6 by a descriptive research, it is intended to describe the structure of the phenomena and dynamics, the method employed will be the research and analysis and secondary sources were used.

Among the secondary sources bibliographies, grade papers and web pages will be used and the technique include the use of instruments; It is that the techniques are the means used to collect information, which will be designed according to the convenience of insight into the tastes and preferences of consumers.

To segment this research it was determined that the target audience for the present study are the inhabitants of the city of Cali, strata 3, 4, 5 and 6, people who like to eat exquisite and exotic. Within this population, people from 24 years old up to 59 years of age can be included, as they are empowered to make their own decisions and are labor-intensive and could have the purchasing power to consume in this type of restaurant.

Based on this research is intended to help solve the problem of research, as malnutrition and obesity are two pathologies affecting the world population and specifically in this case the people living in Cali; Offering to the people of strata 3, 4,5 and 6, healthy, exquisite and varied food.

Key words: Gourmet, handmade, descriptive, sources, malnutrition, obesity.

CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS.....	ii
RESUMEN.....	iii
GLOSARIO.....	ix
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	4
1. Planteamiento del Problema.....	4
2. Formulación de la pregunta o problema de investigación.....	7
3. Objetivos.....	7
3.1. Objetivo General.....	7
3.2. Objetivos Específicos.....	7
4. Justificación.....	7
CAPÍTULO II. MARCO DE REFERENCIAS.....	9
5. Marco Teórico y Estado del Arte.....	9
5.1. Marco de Antecedentes.....	9
5.2. Marco Teórico y conceptual.....	11
5.2.1. Marco Teórico.....	11
5.2.2. Marco Conceptual.....	13
5.3. Marco Contextual (demográfico, institucional).....	22
5.4. Marco Legal.....	23
CAPÍTULO III. DISEÑO METODOLÓGICO O MARCO METODOLÓGICO.....	xxvii
6. Metodología Propuesta.....	xxvii
6.1. Tipo de Investigación.....	xxvii
6.2. Fuentes.....	xxvii
6.3. Técnicas.....	xxviii
6.4. Definición de la Población.....	xxviii
6.5. Procesamiento de la Información.....	xxviii
6.6. Tratamiento de la información obtenida.....	xxix
CAPÍTULO IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	xxxv
7. Viabilidad Restaurante Gourmet Artesanal en la ciudad de Cali.....	xxxv
7.1. Análisis de Mercado.....	xxxv

7.1.2. Competencia.....	xxxix
7.2. Análisis Técnicos, Legales y Ambientales	xl
7.2.1. Técnicos	xl
7.2.2. Microlocalización	xl
7.2.3. Ingeniería del Proyecto	xli
7.2.4 Proveedores.....	lii
7.2.5. Distribución de la planta.....	lii
7.2.6. Estudio Administrativo.....	liii
7.3. Legales	lxii
7.3.1. Legislación laboral	lxviii
7.4. Viabilidad Económica.....	lxxxiii
7.5. Viabilidad Financiera.....	lxxxviii
8. Conclusiones – Recomendaciones	xcvi
Bibliografía.....	xcvii
A. Anexos	99

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Generalidades del sector gastronomico en Colombia.....	35
Figura 2. Flujograma de servicio de venta	49
Figura 3. Distribución de la planta.....	52
Figura 4. Organigrama	55

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Receta - Sándwich tailandés en salsa con solomito de res	41
Tabla 2. Receta – Sándwich de verduras	42
Tabla 3. Receta – Sándwich de lomo de cerdo	42
Tabla 4. Receta – Sándwich de Pollo	43
Tabla 5. Receta – Sándwich de cerdo en salsa	43
Tabla 6. Receta – Limonada de coco	44
Tabla 7. Receta – Limonada al natural	44
Tabla 8. Receta – Jugo natural en agua	44
Tabla 9. Receta – Jugo natural en leche	44
Tabla 10. Receta – Lasaña	45
Tabla 11. Receta – Postre de frutas	45
Tabla 12. Receta – Cordón Blue	46
Tabla 13. Receta – Postre cremoso	46
Tabla 14. Pasos para la atención de comensales	47
Tabla 15. Recurso humano	50
Tabla 16. Electrodomésticos	50
Tabla 17. Muebles y enseres	50
Tabla 18. Equipo de oficina	51
Tabla 19. Herramientas y accesorios	51
Tabla 20. Distribución de la planta	52
Tabla 21. Descripción perfil del Administrador	56
Tabla 22. Descripción perfil del Cajero	57
Tabla 23. Descripción perfil jefe de cocina	58
Tabla 24. Descripción perfil auxiliar de cocina	59
Tabla 25. Descripción perfil del Contador	60
Tabla 26. Descripción perfil del Mesero	61
Tabla 27. Asignación salarial	62
Tabla 28. Porcentaje de prestaciones sociales y parafiscales del empleador	69
Tabla 29. Análisis medioambiental	70
Tabla 30. Información para determinar las proyecciones	84
Tabla 31. Calculo del factor salarial	85
Tabla 32. Inversión fija o tangible	87
Tabla 33. Inversión diferida	87
Tabla 34. Total CIF	87
Tabla 35. Total costos de producción	88
Tabla 36. Flujo de Caja	90
Tabla 37. Punto de equilibrio.....	92
Tabla 38. Estado de ganancias y perdidas o estado de resultados	94
Tabla 39. VPN y TIR	95

GLOSARIO

Obesidad: La obesidad y el sobrepeso se definen como una acumulación anormal o excesiva de grasa que puede ser perjudicial para la salud.

Malnutrición: Es un estado patológico debido a la deficiencia, el exceso o la mala asimilación de los alimentos.

Desnutrición: Estado patológico resultante de una dieta deficiente en uno o varios nutrientes esenciales o de una mala, asimilación de los alimentos.

Gourmet: Es toda aquella persona con gusto delicado y exquisito paladar, conocedor de los platos de cocina significativamente refinados, que tiene la capacidad de ser catador de talentos de gastronomía al probar el nivel de sabor, fineza y calidad de ciertos alimentos y vinos.

Artesanal: Son los productos y la forma de preparación, o sea, ingredientes exquisitamente seleccionados, todo preparado con muchos cuidados, dedicación, higiene y hechos por personas con experiencia y pasión por la cocina.

Estrategia: Es el patrón de una serie de acciones que ocurren en el tiempo.

INTRODUCCIÓN

Con el propósito de determinar la viabilidad de establecer un restaurante de comida gourmet en la ciudad de Cali se ha realizado el presente estudio investigativo.

Se tuvo en cuenta para la viabilidad el gran problema de obesidad y malnutrición que hay en el mundo y que se refleja en Colombia en idénticas proporciones, según la FAO en estudios hechos en 2012 determino que habían 868 millones de personas subalimentadas, es decir que no alcanzan a consumir las recomendaciones mínimas diarias de energía para llevar una vida saludable y activa, equivalente al 12,5% de la población mundial y como parte de este trabajo el lector podrá encontrar un estudio de mercado con el que se determinó la potencialidad del mercado y algunas de sus características.

Se llevó a cabo un estudio técnico, en el cual se pone de manifiesto la ubicación del restaurante y otras características relacionadas con la ingeniería del proyecto.

Por medio del estudio financiero se logró conocer la viabilidad en términos económicos; además se le suma la estructura organizacional de la mano con la reglamentación legal necesaria para la puesta en marcha del establecimiento comercial.

CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1. Planteamiento del Problema

En una sociedad competitiva y dinámica como la actual y en donde las personas cada día son más exigente con el entorno que las rodea y lo que se va creando va pasando rápidamente o va quedando desactualizado, es por eso que cada día existen nuevas tendencias en todos los ámbitos de la vida incluyendo alimentación, forma de vestir, forma de trabajar, en fin cada actuar es juzgado y puesto en juicio siempre con el objetivo de crear y mantener nuevos y diversificados estándares que ayuden a satisfacer en cada momento los requerimiento de hombres y mujeres en el día a día, convirtiéndose en algo muy complejo.

Por ejemplo en el ámbito de la alimentación Mazo (2012) dice Actualmente existe a nivel mundial y en Colombia un problema de malnutrición de la población. Así mientras en algunos segmentos las personas sufren de una deficiente ingesta de nutrientes que conllevan a varios tipos de desnutrición tales como la global, la crítica, aguda y la llamada “hambre oculta”, otra parte de la población experimenta un serio problema de sobrepeso y obesidad por exceso de consumo de alimentos con las secuelas que esto acarrea en cuanto a la generación de enfermedades como la diabetes, enfermedades cardiovasculares, y ciertos tipos de cáncer. “A nivel global, según la FAO (2012) habían 868 millones de personas subalimentadas, es decir que no alcanzan a consumir las recomendaciones mínimas diarias de energía para llevar una vida saludable y activa, equivalente al 12,5% de la población mundial y, aunque la mayoría de personas subalimentadas están en los continentes de África y Asia, América Latina y el Caribe aportan alrededor de 49 millones de personas subalimentadas, equivalente al 8,3% de la población de la región; según este informe, en Colombia para el periodo 2010 - 2012 el 12,5% de la población estaba subalimentada.

La otra cara de la moneda está representada por la alarmante proporción de personas con sobrepeso y obesidad que actualmente hay en el mundo. Según la OMS (2013) en 2008 más de 1400 millones de adultos mayores de 20 años tenían exceso de peso, de los cuales 500 millones (11%) eran obesos (200 millones de hombres y 300 millones de mujeres), lo cual significa que el número de personas con exceso de peso en el mundo supera en más de 500 millones al número de subalimentados. Este mismo organismo internacional señala que la obesidad se ha duplicado en menos de 30 años (desde 1980) y que el 65% de la población mundial vive en países donde el sobrepeso y la obesidad matan más personas que el bajo peso. La importancia epidemiológica del sobrepeso y la obesidad radica en que estas dos condiciones aumentan el riesgo de varios tipos de patologías, entre ellas la Enfermedad cardiovascular (enfermedad coronaria e infarto agudo de miocardio); diabetes, desorden en el músculo esquelético (como la osteoartritis) y algunos tipos de cáncer (endometrio, seno, colon, esófago, tiroides y riñón); además se sabe que

el aumento de estas enfermedades no transmisibles aumenta con el incremento del IMC.

La OMS (2013), define el sobrepeso entre 25 y 30 kg/m² con base en el Índice de Masa Corporal (IMC), el cual relaciona el peso en kg con la talla en metros cuadrados (IMC: Peso (kg)/Talla (m²), y la obesidad a partir de un IMC mayor de 30 kg/m². En este mismo sentido, la obesidad abdominal es definida a partir de la circunferencia de la cintura mayor o igual a 80cm en las mujeres y, mayor o igual a 90 cm en los hombres (IDF, 2013). Según la ENSIN (Encuesta Nacional de la Situación Nutricional del año 2015) el 51,1% de las personas entre 18 y 64 años tiene sobrepeso u obesidad, prevalencia que es cerca de un 10% mayor en las mujeres que en los hombres (55,1% vs 45,6% mujeres y hombres respectivamente); además esta encuesta demostró que la prevalencia de exceso de peso aumenta con la edad, alcanzando el 66,3% en el grupo entre 50 a 64 años. Asimismo, se encontró que el 62% de las mujeres y el 39,8% de los hombres entre 18 y 64 años presentan obesidad abdominal, según ICBF (2010) .

En este sentido, en los últimos años se ha venido estudiando el papel que juegan los llamados ambientes obesigénicos (hogar, escuela, el trabajo, los espacios de comercio de alimentos) en las altas prevalencias de sobrepeso, obesidad y al respecto se sabe que en la génesis del exceso de peso están confluyendo factores como la alta disponibilidad y consumo de alimentos ricos en grasas, azúcares y sal; los bajos niveles de actividad física y las modificaciones en los patrones alimentarios de las personas, en especial el abandono de prácticas tradicionales de alimentación, como el comer en familia, la preferencia por alimentos altamente procesados y refinados y el bajo consumo de frutas y verduras.

De acuerdo a las estadísticas de Las Naciones Unidas, OMS y la FAO (2013) han venido promoviendo una serie de acciones para reducir las prevalencias mundiales de estas problemáticas, entre ellas: A nivel individual, las personas pueden: - Limitar la ingesta de energía proveniente de grasas y azúcares. - Aumentar el consumo de frutas, verduras y granos enteros. - Practicar actividad física regular (niños: 60 minutos/día; Adultos: 150 minutos/semana).

Papel de la Sociedad: - Apoyar a los individuos para la adopción y mantenimiento de un estilo de vida saludable, a través de políticas sostenibles e inversión de recursos. - Invertir en entornos saludables para practicar actividad física regular y alimentarse saludablemente y hacerlos accesibles para todos, especialmente para los más pobres.

Papel de la Industria alimentaria: - Reducir los contenidos de grasa, azúcar y sal de los alimentos procesados. - Contribuir a la disponibilidad y acceso de alimentos saludables y nutritivos para todos los consumidores. - Practicar un mercadeo/publicidad responsable, especialmente en los alimentos orientados al consumo de niños y adolescentes. - Apoyar la práctica de actividad física regular.

La ciudad de Santiago de Cali, ciudad cosmopolita, se reconoce también como la capital del pacífico, con una población aproximada de 2.467.000 de habitantes para el año 2016, según la proyección del Consejo Regional de Política Económica y Social - Corpes (2015), ciudad en donde predomina la raza negra, con una proporción del 70 %, la población se puede clasificar como una ciudad afrodescendiente, Cali es una ciudad donde se planean y ejecutan diferentes eventos deportivos con éxito, negocios, seminarios y simposios educativos y empresariales, además se ha ido incrementando la inversión de capital extranjero con la llegada de nuevas empresas a la ciudad que invierten en la logística y plantas de producción de sus empresas que conlleva a la programación de eventos de negocios trayendo como resultados la llegada de turistas.

Por ejemplo a la feria de Cali del año 2014, según el informe Cali comovamos (Alcaldía de Cali, 2014) asistieron 1.440.000 personas en eventos en sitios cerrados, 2.227.744 asistentes totales a eventos culturales apoyados por la alcaldía, 130.743 asistentes a eventos musicales apoyados por la alcaldía de Cali, 600.287 asistentes a eventos de danzas apoyados por la alcaldía de Cali, 3.000 asistentes a eventos étnicos apoyados por la alcaldía de Cali, 8.000 asistentes a eventos de poesía apoyados por la alcaldía de Cali, 29.914 asistentes a eventos de teatro y cine apoyados por la alcaldía de Cali.

Las actividades orientadas a promover el turismo se desglosan en el año 2014, de la siguiente manera: turismo de naturaleza 400 empresarios beneficiados y una inversión de \$136.000.000, Gastronomía con una inversión de \$ 128.000.000 y 900 restaurantes beneficiados, actividades de presentación de salsa con presupuesto en proyecto de ciudad y 50 entidades beneficiadas, servicio de guía y el bilingüismo con \$ 36.000.000 de inversión y 166 personas beneficiadas, promoción de ciudad con \$ 348.000.000 y 1.640 personas beneficiadas; con base en estas actividades, los turistas extranjeros que reportan a Cali como destino principal en el año 2014 fueron de 127.679 personas.

Cali ha obtenido muy buenos resultados en la atracción de turistas, apalancándose con el legado de la Salsa caleña, la riqueza gastronómica, como capital deportiva de América y el potencial del sector turístico en la zona rural, por esto que se han construido algunos hoteles adicionales a los ya existentes y se ha fortalecido el clúster gastronómico de la ciudad localizado en los barrios Granada, San Fernando viejo, Tequendama, Alameda y San Antonio, adicional a los centros comerciales y en el sur hay ofertas gastronómicas de todo tipo comenzando por comida rápida, comida mexicana, comida árabe, comida vegetariana, comida típica y comida gourmet.

En la gran mayoría de restaurantes de los barrios y de algunos centros comerciales la oferta de comida son en gran mayoría comida de regiones, rápida y típica en donde usualmente no se tiene en cuenta un balance nutricional acertado, además de utilizar componentes de cocina como adobes, acompañamiento y materia prima que pueden llegar a ser contraproducente al organismo de cualquier humano ya que

pueden predisponer a la obesidad, a enfermar el colon, el hígado, el corazón, las vías arteriales y otros sistemas, además de no nutrir efectivamente a la persona.

Por consiguiente se hace necesario implementar y establecer un modelo nutricional acertado y equilibrado que permita conservar en buen estado o saludable los órganos y sistemas mencionados con una oferta de un restaurante tipo gourmet y artesanal en el cual se preparan unos platos exquisitos con ingredientes y preparación concienzuda que daría como consecuencia una alimentación sana y se estaría coadyuvando a resolver este problema en cierta medida con este nuevo ofrecimiento que nunca será suficiente.

2. Formulación de la pregunta o problema de investigación

¿Cuál es la viabilidad de poner en marcha un restaurante tipo gourmet y artesanal en la ciudad de Santiago de Cali?

3. Objetivos

3.1. Objetivo General

Determinar si es viable la puesta en marcha de un restaurante tipo gourmet y artesanal en la ciudad de Santiago de Cali.

3.2. Objetivos Específicos

Identificar el mercado objetivo, los gustos, preferencias y expectativas de los clientes y la competencia.

Conocer los requerimientos legales, técnicos y ambientales de un restaurante tipo Gourmet y artesanal.

Determinar la viabilidad económica del restaurante tipo gourmet y artesanal.

4. Justificación

Se pretende animar el emprendimiento empresarial determinando la viabilidad de un restaurante tipo gourmet y artesanal en la comuna 17 de la ciudad de Cali, intentando ser osado y atrevido a tal punto que los inversionistas futuros se entusiasmen, y vean objetivamente a través de un punto de vista económico y creativo la viabilidad de este proyecto productivo en el que se le da un carácter diferenciador de la competencia en cuanto a que se tiene en cuenta los ingredientes exquisitamente seleccionados, con exhaustivos cuidados de higiene y de las propiedades organolépticas que además serán elaborados por personas que, después de muchos años de experiencia y una clara pasión por la alta cocina

estarán preparadas para ofrecer un producto que, pueda ser consumido por alguien que realmente aprecie su calidad y delicadeza.

Los problemas de una malnutrición y obesidad que aquejan al mundo actual; para el primer caso según la FAO (2012) “en 2012 habían 868 millones de personas subalimentadas, es decir que no alcanzan a consumir las recomendaciones mínimas diarias de energía para llevar una vida saludable y activa”; en el segundo caso la alarmante proporción de personas con sobrepeso y obesidad que actualmente hay en el mundo. Según la Organización Mundial de la Salud (2013) “en 2008 más de 1400 millones de adultos mayores de 20 años tenían exceso de peso, de los cuales 500 millones (11%) eran obesos (200 millones de hombres y 300 millones de mujeres), lo cual significa que el número de personas con exceso de peso en el mundo supera en más de 500 millones al número de subalimentados” y en Colombia actualmente está ocurriendo algo parecido a nivel mundial, este problema se suscita por falta de una alimentación sana y balanceada que permita nutrir sanamente a las personas; cuando hablamos de alimentación sana consiste en suprimir en gran medida de la dieta las grasas, las harinas y los azúcares que son los insumos primarios para desarrollar las enfermedades cardiovasculares y el cáncer.

En la ciudad de Santiago de Cali, está referenciado un clúster gastronómico que ha funcionado con éxito y forma parte de las fortalezas con las que se promociona la ciudad concentrándose en gran parte en el barrio Granada los restaurantes de tipo gourmet, también en San Fernando, Tequendama y Alameda, que ofrecen una variada carta gastronómica y por la diferenciación presentada anteriormente se hace necesario un restaurante con este tipo de carta que obedece a razones no solamente financieras sino a una preocupación real de presentar una solución a este problema, así como también ser sustentable económica, financiera, jurídica y ambientalmente.

El tema de investigación se sitúa en un proyecto productivo específicamente en el área de alimentación que está directamente relacionado con la salud de las personas ya que lo que come una persona permite reflejarse o tener consecuencias en el desarrollo de enfermedades principalmente cardiovasculares y al tratar de solucionar este problema se acomoda concordantemente con los derechos humanos y la solidaridad con cada uno de ellos.

CAPÍTULO II. MARCO DE REFERENCIAS

5. Marco Teórico y Estado del Arte

5.1. *Marco de Antecedentes*

Según Henao (2009), Los orígenes de la cocina vallecaucana se desarrollaron en el centro del Valle, más concretamente Buga, municipios aledaños y grandes haciendas hasta llegar a Cartago; el Sur del Departamento, fue claramente influenciado por la cocina del Cauca Grande, que tuvo como centro Popayán. Este fenómeno se debió a que la región vallecaucana fue y sigue siendo una región agrícola por excelencia y los primeros habitantes de origen español eran grandes terratenientes quienes con sus esclavos lentamente fueron colonizando esta vasta tierra.

La gastronomía vallecaucana una de las más ricas y diversas de toda Colombia, gusta de exquisiteces en todas sus delicadas recetas que son elaboradas por las abuelas que a su vez transmiten sus conocimientos a su familia para conservar esta tradición. En la cultura gastronómica del Valle se encuentran platos típicos de la cultura Afro colombiana y España, este fenómeno de apropiación se debe a que en algunos lugares se ha impuesto otra cultura desde la época de la conquista. También cabe resaltar la importancia de la cercanía de las costas las cuales con su inmensa variedad de ingredientes forman parte fundamental de muchos de los platos de la cocina vallecaucana. La gastronomía de la ciudad de Santiago de Cali ha sido influida principalmente por una mezcla de ingredientes provenientes de la cultura indígena, europea y la raza negra, enriquecidos con diversidad de frutas, vegetales y hortalizas de la región

En la actualidad, Cali cuenta con más de cuatrocientos restaurantes agremiados en varias organizaciones (Cali destino Gastronomico, 2016). Han tenido la iniciativa de agruparse para realizar actividades y llegar a instancias donde el arte de la buena cocina no llegaba antes. La reputación de Cali como el segundo destino gastronómico del país se ha fortalecido, lo que no solo significa que haya proliferación de restaurantes y una mejor calidad en la oferta, sino que, sobre todo, da a entender que en el mundo hay personas que escogen a Cali para venir a disfrutar de las delicias gastronómicas de esta ciudad.

El interés por desarrollar este proyecto se debe a que se ha tenido la oportunidad de tener un restaurante tipo popular y se tuvo por un tiempo de tres (3) años, además que un familiar más concretamente la esposa está estudiando cocina en el SENA y ella siempre ha estado trabajando con empresas de comida y algunas veces se ha desempeñado como independiente, también en el campo de la comida igualmente en la familia se le da un valor preponderante al emprendimiento porque hay dos (2) hermanos que tienen negocios que involucran comida y por último

querer emprender un proyecto que conlleve a una gran empresa la cual pueda tener una infraestructura e implementar un sistema de franquicia.

La desnutrición es la enfermedad provocada por el insuficiente aporte de combustibles (hidratos de carbono – grasas) y proteínas. Según UNICEF (2012), la desnutrición es la principal causa de muerte de lactantes y niños pequeños en países en desarrollo. Afecta principalmente a niños, niñas, mujeres en edad reproductiva y ancianos. La prevención es una prioridad de la Organización Mundial de la Salud ya que, si la desnutrición no se trata, puede ocasionar discapacidad mental y física, infecciones, múltiples enfermedades, invalidez y hasta la muerte. Más de una tercera parte de las defunciones infantiles en todo el mundo se atribuye a la desnutrición, en todo el mundo hay unos 165 millones de niños con retraso del crecimiento a causa de la escasez de alimentos, de una dieta pobre de vitamina A y minerales y de la enfermedad, según las cifras de 2011, Unos 2.000 millones de personas sufren de carencia de yodo en todo el mundo y la carencia de vitamina A se asocia cada año a más de medio millón de fallecimientos de niños menores de 5 años a escala mundial, una existencia de comidas poco saludables y la inactividad aumentan con el tiempo los riesgos para la salud y contribuye a que surjan enfermedades cardiovasculares, cáncer, diabetes y otros problemas.

Por el contrario, algunas poblaciones se enfrentan a un notable aumento de la OBESIDAD (OMS, 2013). Esta enfermedad ha alcanzado proporciones epidémicas a nivel mundial, y cada año mueren, como mínimo, 2,6 millones de personas a causa de la obesidad y el sobrepeso. Aunque hace unos años era una preocupación asociada a los países de altos ingresos, en la actualidad la obesidad también es prevalente en los países en desarrollo. El aumento del sobrepeso y la obesidad en todo el mundo es uno de los principales desafíos para la salud pública. En los países en desarrollo, hasta el 20% de los niños menores de 5 años tienen sobrepeso

A nivel nacional (Neufeld Lunnette, 2011), la prevalencia de talla baja para la edad en 2005 fue de 12% (sin diferencias significativas entre géneros), menor a la registrada en otras partes de América Latina. Al igual que lo observado también en otros países de la región, dicha prevalencia aumenta durante los primeros 18 a 24 meses de edad y se mantiene relativamente constante después. Sin embargo, la reducción en los últimos 15 años ha sido leve, con un descenso de solamente 3 puntos porcentuales en un periodo de 10 años (desde 1995).

La prevalencia global de sobrepeso en niños menores de 5 años de edad es de 3,1%, siendo un poco mayor de lo esperado en una población sana (2,5%), poco más elevada en mujeres (3,5%) que en varones (2,8%), en zonas urbanas (3,6%) que en rurales (2,2%) y con poca variabilidad entre regiones del país. La mayor prevalencia se observa en niños cuyas madres tienen educación superior (5,7%) --secundaria 3,2% y menor (2,0%)-- y en niños de SISBEN nivel 3 (4,6%), seguida por nivel 2 (3,0%) y nivel 1 (2,0%). También se observa mayor prevalencia conforme mayor es la edad de la madre (5,5% en madres con 35 a 49 años, 4,2% en madres

de 30 a 34 años; 2,6% en madres de 25 a 29 años y 3,2% en madres menores de 25 años).

Con base en las estadísticas mencionadas lo que se pretende al abordar esta problemática es ayudar a las personas para que se alimenten nutritiva y balanceadamente con insumos sanos y que la comida preparada sea exquisita a los sentidos el olfato, la vista, el tacto y el gusto, además tener un diferenciador que haga recordación del restaurante y es la forma de preparar la comida que consiste en que cada plato es preparado especial y únicamente para el cliente y que la experiencia de comer el plato sea irreplicable ayudándose mediante el olor que expele la preparación del plato en un ambiente cálido y confortable con un servicio determinante en la asesoría y escogencia del plato que sabe que le hará provecho para su salud.

5.2. Marco Teórico y conceptual

5.2.1. Marco Teórico

Desde el comienzo de la historia del hombre los seres humanos han venido teniendo cambios en su vida, en sus costumbres, en la manera de ver la vida. Las materias primas utilizadas para preparar los alimentos, la forma de cultivarlas, la forma de recogerlas, la manera de prepararlas, la manera de consumirlas no han escapado a estos cambios del ser humano.

Como describe Álvarez (Alvarez, 2011), en la prehistoria con la aparición del fuego los alimentos pasaron de consumirse crudos a cocinarse, lo que permitía que estos se digirieran mejor, se evitara la transmisión de enfermedades y que su sabor se apreciara mejor. Es así que con el pasar de los años la forma de alimentarse va cambiando, de manera diferente en cada cultura y conservando en común entre varias de ellas ciertos elementos como el uso de algunos utensilios.

En la actualidad y por lo agitado que debemos vivir nuestra vida, donde hay muchas cosas por hacer y en donde se busca la manera más rápida de hacer las cosas, esto incluye la comida. Es así como se han creado alimentos y junto a ello la comida rápida, que ha sido previamente cocida y conservada de manera tal que solo sea calentarla y servirla aunque a veces se puede consumir tal como está a temperatura ambiente.

Para que tales alimentos sean consumidos por millones de personas se ha utilizado métodos que atentan contra las buenas costumbres del planeta, además que en los insumos se han usado fungicidas para el control de las plagas, hormonas para acelerar el crecimiento y satisfacer la demanda, conservantes para permitir que tales alimentos lleguen al paladar en condiciones aceptables para ser consumidos.

Además no ha bastado con esto sino que ha sido necesario, para satisfacer el gusto el uso de aderezos con altos contenidos de azúcar y grasas provocando enfermedades crónicas aunado a la falta de ejercicio se ha convertido en tema de interés y alarma para la sociedad.

Según Neufeld (Neufeld, Rubio, Pinzon, & Tolentino, 2011), Debemos tener presente que la alimentación a nivel de sur américa al igual que la mundial ha venido sufriendo un deterioro agudo en su implementación, ya que las personas mayores no se nutren con los elementos indispensables que necesita el cuerpo para desempeñar las funciones normales del cuerpo, esto ocurre con los niños y adolescentes también, igualmente ocurre otro fenómeno llamado obesidad que ocurre cuando lo que come una persona supera con creces lo que necesita en forma de energía para nutrir su cuerpo y desempeñar las funciones, estos nutrientes se acumulan en forma de grasa en el cuerpo, modificando las funciones del cuerpo a nivel orgánico e inclusive a nivel celular y trayendo como consecuencia diferentes tipos de patologías tales como hipertensión arterial y enfermedades cardiovasculares, diabetes, colon irritable, hígado graso, anemia, entre otros. Estas enfermedades se dan por una mala alimentación y la causa de esta mala alimentación es por desconocimiento de las propiedades de los alimentos, de las formas de combinarlos, de la forma de preparación, de entender que porciones debe proveerse a cada persona en particular y de la comprensión de las necesidades del cuerpo en general y particular. Esta temática se ha tenido en cuenta en los trabajos de grado de:

Diana Carolina Tovar Guzmán, quien para optar título de Administración de Empresas en la universidad de Javeriana, en 2008, desarrollo “Plan de negocios para la puesta en marcha de un restaurante vegetariano en la ciudad de Bogotá”, quien aporta una metodología estructurada pero enfocada en la mezcla de mercadeo y hacia la parte vegetariana.

Erika Alejandra Vásquez Martelo, quien para optar el título de contaduría en la universidad de Cartagena, en 2012, desarrollo “Formulación y diseño de un proyecto productivo para la puesta en marcha de un restaurante tipo gourmet en la ciudad de Cartagena”, quien define muy bien su segmento de mercado y hace un estudio concienzudo de la oferta y la demanda en la ciudad de Cartagena y limita los clientes potenciales derivados del turismo y los de la ciudad.

Cristian Fernando Flores Ortega y Fredy Alejandro Viafará Restrepo, quienes para optar el título de Mercadeo y Negocios Internacionales de la Universidad Autónoma de Cali, desarrollo “Propuesta técnica para el estudio de la viabilidad de un restaurante en la ciudad de Cali”, es un estudio de tipo descriptivo donde establece la muestra y determina el grupo objetivo de estudio calculando la muestra poblacional, esta investigación permitió establecer el estrato y la comuna de localización del negocio y el tipo de sociedad legal a establecer.

Por esto se hace necesario colaborar con la solución de alimentar a las personas balanceadamente y con los nutrientes necesarios implementando un restaurante

tipo gourmet y artesanal que aporta insumos sanos, variados y que cumplen con los requisitos mínimos para una preparación exquisita y diferenciada mediante el proceso artesanal donde se cumple el objetivo que cada plato es único.

5.2.2. Marco Conceptual

Para tener presente una definición clara y concisa de los elementos más importantes del presente trabajo, entraremos a tratar:

Obesidad: Según la FAO (2012), La obesidad y el sobrepeso se definen como una acumulación anormal o excesiva de grasa que puede ser perjudicial para la salud. Una forma simple de medir la obesidad es el índice de masa corporal (IMC), esto es el peso de una persona en kilogramos dividido por el cuadrado de la talla en metros. Una persona con un IMC igual o superior a 30 es considerada obesa y con un IMC igual o superior a 25 es considerada con sobrepeso. El sobrepeso y la obesidad son factores de riesgo para numerosas enfermedades crónicas, entre las que se incluyen la diabetes, las enfermedades cardiovasculares y el cáncer.

Alguna vez considerados problemas de países con ingresos altos, la obesidad y el sobrepeso están en aumento en los países con ingresos bajos y medios, especialmente en las áreas urbanas.

Malnutrición: Según el glosario de términos de nutrición de la Unicef (UNICEF, 2008), Es un estado patológico debido a la deficiencia, el exceso o la mala asimilación de los alimentos.

Desnutrición: Estado patológico resultante de una dieta deficiente en uno o varios nutrientes esenciales o de una mala, asimilación de los alimentos.

Hay 3 tipos de desnutrición:

1. **Desnutrición aguda:** Deficiencia de peso para altura (P/A). Delgadez extrema. Resulta de una pérdida de peso asociada con periodos recientes de hambruna o enfermedad que se desarrolla muy rápidamente y es limitada en el tiempo.
2. **Desnutrición crónica:** Retardo de altura para la edad (A/E). Asociada normalmente a situaciones de pobreza, con consecuencias para el aprendizaje y menos desempeño económico.
3. **Desnutrición global:** Deficiencia de peso para la edad. Insuficiencia ponderal. Índice compuesto de los anteriores ($P/A \times A/E = P/E$) que se usa para dar seguimiento a los Objetivos del Milenio.

Kwashiorkor: Trastorno dietético grave observado en niños entre los diez meses y los tres años, que se debe a una malnutrición severa que incluye una carencia de nutrientes vitales básicos y un déficit importante de proteínas.

Marasmo: Grave decaimiento somático y funcional del organismo provocado por una grave deficiencia de proteínas y de calorías.

Gourmet: Según la Real Academia de la Lengua Española (Real Academia de la Lengua Española, 2008), Gourmet es Gastrónomo en español, y lo definen como:

1. Persona entendida en gastronomía
2. Persona aficionada a las comidas exquisitas.

Pero yendo un poco más allá de lo que dice el diccionario, diremos que un gourmet (Haro), es “toda aquella persona con gusto delicado y exquisito paladar, conocedor de los platos de cocina significativamente refinados, que tiene la capacidad de ser catador de talentos de gastronomía al probar el nivel de sabor, fineza y calidad de ciertos alimentos y vinos”.

Un catador de comida distingue en sus observaciones si un plato es “delicatesen“, es decir, si va de acuerdo con las exigencias que requieren las debidas preparaciones de los productos alimenticios de la más alta gastronomía.

Existe una amplia variedad de comidas y bebidas gourmet; hay desde embutidos, jamones, quesos, caviars, pastas, carnes, aves, mariscos, salsas, mermeladas, panes, semillas, granos, chocolates, postres, vinos, licores, cafés y hasta helados. Y aún podríamos mencionar alguno más.

Ser gourmet o gastrónomo es (al mismo tiempo) poseer un cúmulo de experimentados conocimientos en la materia gastronómica, así como sostener un estilo de vida, ser gustoso por los mejores sabores, y por lo tanto selectivo.

Suele suceder que quien adopta este estilo de percibir el mundo, no solamente se enfoca en la comida, sino (en ocasiones) también su gusto se extiende por el buen vestir y la buena música.

Ser un gourmet se podría asociar perfectamente con ser sibarita, pero centrándose expresamente en el ámbito gastronómico. Hay negocios que se inauguran con la intención de captar clientes que practiquen este peculiar modo de vida, los hay desde bares hasta restaurantes pasando por tiendas y bodegas, tanto nacionales como internacionales.

Existen también muchos medios de comunicación especializados en esta materia, revistas, webs, blogs, guías especializadas, programas de tv y de radio, también un canal de tv exclusivo para temas de esta materia e incluso una feria dedicada exclusivamente a este tipo de productos y servicios Gourmet.

Artisanal: Mientras tanto, los platillos y productos “gourmet” (Reyniere de la, Siglo XVIII), están asociados con los productos y la forma de preparación, o sea, ingredientes exquisitamente seleccionados, todo preparado con muchos cuidados, dedicación, higiene y hechos por personas con experiencia y pasión por la cocina. Entonces, un producto “gourmet”, no necesariamente tiene que ser caro y exclusivo.

Aplicando dicha definición podemos denominar también lo artesanal como “gourmet”.

Esto lo hace sonar muy sencillo, pues todos podríamos ser “gourmets” y lo que comemos y compramos también, sin embargo es un poco más complejo que eso. Según la gastrosfía (disciplina que se dedica a estudiar, apetito, gozo y sentimientos), un “gourmet” también debe tener intereses culturales que entiendan lo que significa disfrutar, para estar consciente de que está disfrutando.

Los “gourmet” que son quienes les gustan los platos bien elaborados y refinados

En teoría, los “gourmets” también son bastante hedonistas (aquellos para quienes el placer es lo más importante en la vida). Según sus principales creadores existen tres tipos de comensales: los “gourmands” que son verdaderos apasionados por la comida; los “gourmet” que son quienes les gustan los platos bien elaborados y refinados y los gastrósofos, quienes siempre eligen los platillos más saludables y morales. Seguramente existen más tipos de comensales, pues ¿acaso los amantes de refresco y frituras no merecen definición alguna?

Por supuesto que “gourmet” es un término ya abusado, que cae en casi en el esnobismo, pero en resumen, es una idea cultural de amor refinado hacia la comida. Si quieren decantarse hacia ese lado, aquí les dejamos algunos puntos tomados del libro *Almanach des Gourmands* (Almanaque de gourmands) de Grimond de la Reynière, gastrónomo apasionado francés del siglo XVIII, quien enunció las características de un “gourmet”

- Le debe gustar la comida
- Debe apreciar la acción de masticar
- Conoce bien la gastronomía de su zona
- Sabe de la gastronomía extranjera
- Se atreve con nuevos sabores
- Tiene un criterio amplio y es tolerante: acepta la diversidad y no sólo toma en cuenta su propio gusto, sino ser objetivos.
- Es una persona de carácter social y cultural

Ninguno suena demasiado difícil, es cuestión de disfrutar, ser curiosos, apreciar, y respetar la comida, su proceso y quien la hizo. La parte que puede ser un poco más difícil hoy en día sería evitar sacar el celular mientras estamos comiendo.

Planeación Estratégica: Chandler (1962) define a la estrategia como “el elemento que determina las metas básicas de la empresa, a largo plazo, así como la adopción de cursos de acción y asignación de recursos para alcanzar las metas”.

Para Mintzberg (2012) la estrategia es: “el patrón de una serie de acciones que ocurren en el tiempo”, en su opinión, “los objetivos, planes y base de recursos de la empresa, en un momento dado, no son más importantes que todo lo que la empresa ha hecho y en la realidad está haciendo. Esta concepción enfatiza la acción; las empresas tienen una estrategia, aun cuando hicieran planes”. Drucker (1974) formulaba la siguiente definición: “la estrategia requiere que los gerentes analicen su situación presente y que la cambien en caso necesario, saber que recursos tiene la empresa y cuáles debería tener”. Teniendo en cuenta el concepto integral de planificación estratégica el Banco Interamericano de Desarrollo BID, “planificar significa anticipar el curso de acción que ha de tomarse con la finalidad de alcanzar una situación deseada. Tanto la definición de la situación deseada como la selección y el curso de acción forman parte de una secuencia de decisiones y actos que realizados de manera sistemática y ordenada constituyen lo que se denomina el proceso de planificación”.

Peter Drucker propone que el desempeño de un gerente sea juzgado mediante el doble criterio de la eficacia – la habilidad para hacer las cosas "correctas" – y la eficiencia – la habilidad para hacerlas "correctamente". De estos dos criterios, Drucker sugiere que; la efectividad es más importante, ya que ni el más alto grado de eficiencia posible podrá compensar una selección errónea de metas. Estos dos criterios tienen un paralelo con los dos aspectos de la planeación: establecer las metas 'correctas' y después elegir los medios "correctos" para alcanzar dichas metas. Ambos aspectos de la planeación son vitales para el proceso administrativo.

B ¿Qué es Estrategia?

El Enfoque Tradicional:

Al reflexionar acerca de los principios militares de estrategia, el diccionario The American Heritage en Inglés-Español define estrategia como "la ciencia y el arte de comandancia militar aplicados a la planeación y conducción general de operaciones de combate en gran escala". El tema de la planeación sigue siendo un componente importante para la mayoría de las definiciones sobre estrategia en el área de administración. Por ejemplo, Alfred Chandler de Harvard definió estrategia como "la determinación de las metas y objetivos básicos a largo plazo en una empresa, junto con la adaptación de cursos de acción y la distribución de recursos necesarios para lograr estos propósitos". En la definición de Chandler está implícita la idea de que estrategia involucra planeación racional. La organización se describe según se escojan sus metas, se identifiquen los cursos de acción (o estrategias) que mejor le permitan cumplir sus metas y se distribuyan los recursos en la debida forma. De manera similar, James B. Quinn del Dartmouth College ha definido la estrategia como un plan unificado, amplio e integrado, diseñado para asegurar que se logren los objetivos básicos de la empresa.

Un nuevo enfoque: Por todo su atractivo, las definiciones de estrategia basadas en la [planeación han generado críticas. Como ha señalado Mintzberg de McGill University, el enfoque de planeación supone en forma incorrecta que la estrategia de una organización siempre es el producto de la planeación racional. De acuerdo con Mintzberg, las definiciones de estrategia que hacen hincapié en el rol de la planeación ignoran el hecho de que las estrategias pueden provenir del interior de una organización sin ningún plan formal. Es decir, aun ante la falta de un intento, las estrategias pueden surgir de la raíz de una organización. En verdad, las estrategias son a menudo la respuesta emergente a circunstancias no previstas. El criterio de Mintzberg se refiere a que la estrategia es más de lo que una compañía intente o plantea hacer; también es lo que realmente lleva a cabo. Con base en este principio, Mintzberg ha definido estrategia como "un modelo en una corriente de decisiones o acciones"; es decir, el modelo se constituye en un producto de cualquier estrategia intentada (planteada), en realidad llevada a cabo, y de cualquier estrategia emergente (no planteada).

Emprendimiento: Según Jaramillo (2008) La palabra emprendimiento viene del francés "entrepreneur", que significa pionero; se refiere a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta; es también utilizada para la persona que inicia una nueva empresa o proyecto. Así mismo, este término se atribuyó a aquellas personas que fueron innovadoras o agregaban valor a un producto ya existente. Por lo tanto, la acepción que se tomó es la que se refiere a la aptitud y actitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos, que va más allá, que le permite dar un paso más. Una persona emprendedora es capaz de aprovechar las situaciones de insatisfacción, los momentos de rutina, de poco crecimiento personal y laboral para desencadenar situaciones de satisfacciones, nuevos logros. Una de las grandes características de este tipo de personas es que siempre están en constante búsqueda de cambios, de dar soluciones a los problemas y siempre se les miden a nuevos retos. Hoy, el mundo en que vivimos está lleno de cambios e incertidumbres generados muchas veces por el proceso de globalización, los medios de comunicación y las tendencias modernas.

La situación anterior nos obliga a ser personas competitivas desde el punto de vista personal y profesional, si es que se quiere tener éxito en el desempeño laboral, familiar y social. Es por ello que la universidad también tiene un papel muy importante en proporcionar a sus estudiantes una formación básica e idónea que los capacite para alcanzar estos objetivos. Los emprendedores son personas generadoras de ideas que, al mismo tiempo, desarrollan las competencias necesarias para ser mejores ciudadanos.

Es de mencionar que en Colombia EL SENA apoya el emprendimiento a nivel general como política nacional y esto quedo dentro del plan estratégico (SENA, 2011), que tiene planteado para el periodo 2010-2014, el emprendimiento hace parte de las acciones siguientes que apoyaran los grandes objetivos planteados por la institución: "1) *el incremento de la productividad de las empresas y las regiones y*

2) *la inclusión social de personas y comunidades vulnerables* ”“En cuanto al emprendimiento, el SENA orientará sus acciones a los de tipo social y los empresariales y de alto impacto. Se concentrarán esfuerzos en el mejoramiento de las Unidades de Emprendimiento en todo el país, la cualificación de los emprendedores y la calidad de los planes de negocios”.

Factibilidad y viabilidad de un proyecto: Para Gerencie.com “un proyecto factible es un proyecto que se puede realizar, que es posible de realizar. Un proyecto viable, es un proyecto que además de ser factible, esto es que es posible de realizar, es un proyecto que resulta viable, que en nuestro contexto se debe entender como un proyecto que puede ser sostenible, rentable económicamente.

Según lo anterior, se puede decir que un proyecto factible es un proyecto que se puede realizar, que es posible de realizar.

Un proyecto viable, es un proyecto que además de ser factible, esto es que es posible de realizar, es un proyecto que resulta viable, que en nuestro contexto se debe entender como un proyecto que puede ser sostenible, rentable económicamente.

Así las cosas, un proyecto de emprendimiento debe primero ser factible, y luego se debe demostrar que es viable, que es económicamente posible, atractivo.

Concepto de Factibilidad.

Según Varela, (1997), “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso. Según el Diccionario de la Real Academia Española, (2014) la Factibilidad es la “cualidad o condición de factible”. Factible: “que se puede hacer”.

Objetivos que determinan la Factibilidad.

- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.
- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de los recursos no necesarios.
- Integración de todas las áreas y subsistemas
- Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aceleración en la recopilación de los datos.

- Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de las tareas.
- Automatización óptima de procedimientos manuales.
- Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos señalados.
- Saber si es posible producir con ganancias.
- Conocer si la gente comprará el producto.

Factibilidad. Estructura.

Para Coss, un estudio de factibilidad tiene una estructura definida y el orden de los contenidos está orientado a:

- a. Presentar un resumen de proyecto.
- b. Elaborar cada parte por separado.
- c. Fundamentar cada parte en las anteriores.
- d. Elaborar conclusiones y recomendaciones.
- e. Es importante que sea resumido, con un lenguaje sencillo y que las partes sean coherentes.

Evaluación de un Proyecto Factible.

Un proyecto factible, es el que ha aprobado cuatro evaluaciones básicas: Evaluación Técnica. - Evaluación Ambiental. - Evaluación Financiera. - Evaluación Socio-económica.

La aprobación de cada evaluación se le puede llamar viabilidad; estas viabilidades se deben dar al mismo tiempo para alcanzar la factibilidad de un proyecto; por ejemplo un proyecto puede ser viable técnicamente pero puede ser no viable financieramente o ambientalmente.

Proyecto Factible.

Si el proyecto es factible, se puede pensar en diseñar un plan de proyecto para su ejecución y poder convertir el proyecto en una unidad productiva de un bien o servicio planteado.

Los proyectos en los cuales se busca la factibilidad, son aquellos que intenta producir un bien o servicio para satisfacer una necesidad; para ello se necesita definir su rentabilidad o no, éste es el objetivo de la evaluación financiera.

Componentes del Estudio de Factibilidad.

Estudio de Mercado.

Tiene como finalidad determinar si existe o no, una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de producción de ciertos bienes o servicios, en un espacio de tiempo.

Estudio Técnico.

Tiene por objeto proveer información, para cuantificar el monto de las inversiones y costos de las operaciones relativas en esta área.

Estudio Financiero se encarga de:

- Ordenar y sistematizar la información de tipo monetario que proporcionaron las etapas anteriores.
- Elaborar los Tablas analíticos para la evaluación del proyecto.
- Evaluar los antecedentes anteriores para determinar su rentabilidad.

Factibilidad. Aspectos básicos.

Factibilidad Operacional.

Comprende una determinación de posibilidad que un nuevo sistema se use como se supone. Se deben considerar cuatro aspectos:

- La utilización de un nuevo sistema puede ser demasiado complejo para los usuarios de la organización o los operadores del sistema.
- Este nuevo sistema puede hacer que los usuarios se resistan a él como consecuencia de una técnica de trabajo, miedo a ser desplazado u otras razones.
- Un sistema nuevo puede introducir cambios demasiado rápidos que no permita al personal adaptarse a él y aceptarlo.
- La probabilidad de obsolescencia en el sistema. Cambios anticipados en la práctica o políticas administrativas pueden hacerse que un nuevo sistema sea obsoleto muy pronto.

Factibilidad Técnica.

Permite evaluar si el equipo y software están disponibles y tienen las capacidades técnicas requeridas por cada alternativa del diseño que se esté planificando, también se consideran las interfaces entre los sistemas actuales y los nuevos. Así mismo, estos estudios consideran si las organizaciones tienen el personal que posee la experiencia técnica requerida para diseñar, implementar, operar y mantener el sistema propuesto.

Factibilidad Económica.

Dentro de estos estudios se pueden incluir el análisis de costo y beneficios asociados con cada alternativa del proyecto.

Con análisis de costo/beneficios, todos los costos y beneficios de adquirir y operar cada sistema alternativo se identifican y se establece una comparación entre ellos.

Esto permite seleccionar el más conveniente para la empresa. Dentro de esta comparación se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Se comparan los costos esperados de cada alternativa con los beneficios esperados para asegurarse que los beneficios excedan los costos.
- La proporción costo/beneficio de cada alternativa se comparan con las que proporcionan los costos/beneficios de las otras alternativas para escoger la mejor.
- Se determinan las formas en que la organización podría gastar su dinero.

Concepto de Viabilidad.

Según el diccionario de la Real Academia Española (2014) Viabilidad: “cualidad de viable”, Viable: “Que, por sus circunstancias, tiene probabilidades de poderse llevar a cabo”.

Según Baca: es la posibilidad que tiene un proyecto para ser ejecutado y operado de tal manera que cumpla con su objetivo.

Está relacionada con principios de calidad, eficiencia y pertinencia de un proyecto en términos de los elementos conceptuales que lo componen, la información utilizada, la coherencia de los planteamientos y el mayor acercamiento a la realidad a la que se refiere el proyecto.

Tipos de Viabilidad

La viabilidad está conformada por: aspectos técnicos, socioeconómicos, ambientales e institucionales.

Viabilidad Técnica.

Permite determinar la calidad y coherencia de la información relacionada con el objetivo mismo del proyecto, sus planteamientos básicos, la dimensión de las variables que intervienen, soluciones y actividades.

Cuando se realiza la evaluación se debe revisar la identificación de la situación, las alternativas técnicas propuestas, las actividades y los costos

Viabilidad Socioeconómica.

Permite identificar y valorar los beneficios, con el fin de determinar si el proyecto genera efectivamente dichos beneficios y si su valoración se encuentra en rango aceptable.

Los criterios socioeconómicos se refieren al impacto económico del proyecto a nivel regional o local y a los efectos sociales sobre los grupos de personas afectadas.

Viabilidad Institucional.

Se refiere al análisis de los mecanismos de ejecución propuestos en el proyecto; la evaluación de la capacidad institucional para su ejecución, operación y seguimiento de los proyectos.

Se relaciona al análisis de impacto ambiental, como las medidas planteadas para su mitigación, prevención o compensación, según sea el caso. Estos criterios se aplican especialmente a los proyectos que involucran obras que tienen relación con infraestructuras y que pueden generar impactos en el ambiente tanto positivos como negativos.

5.3. Marco Contextual (demográfico, institucional)

El público objetivo para el presente trabajo son los habitantes de la ciudad de Cali, de los estratos 3, 4, 5 y 6, personas a la que les gusta comer exquisita y exóticamente, para quienes le dan a la calidad de los alimentos mucha importancia, pues conocen y tienen presente los beneficios que tiene una alimentación sana y saludable y consideran la comida gourmet como una opción para comer cosas exquisitas y cuidar su salud; de igual forma son considerados como público objetivo los turistas que se clasifiquen en los estratos mencionados y tengan los intereses afines. Dentro de esta población se pueden clasificar como personas de 24 años hasta los 59 años, por ser personas habilitadas para tomar sus propias decisiones y son laboralmente activas y podrían tener la capacidad adquisitiva para consumir en este tipo de restaurantes.

Podemos contextualizar el problema de la investigación en que actualmente hay muchas personas que sufren diferentes patologías o enfermedades como consecuencia de la alimentación, ya que durante su infancia, adolescencia y madurez no ha sido objetivamente balanceada y nutritiva y ha hecho mella en la salud de cada una de ellas, pero en vista de esto muchas personas están cayendo en cuenta que es preciso alimentarse de acuerdo a los cánones de la nutrición y dietética recomendable para optar por una alimentación sana y equilibrada además que se vive a mucha velocidad y con mucho estrés, por esto se debe tener en cuenta que esta debe ser exquisita, sana, balanceada y además de preparación rápida con base en lo anterior se pretende colaborar en la solución de esta problemática implementando un restaurante gourmet y artesanal con precios justos y calidad a toda prueba con variedad de platos conformados artesanalmente con los principios nutricionales correspondientes y exigidos para nutrir acertadamente una persona y con diferenciación de una exquisitez inigualable ya que cada plato es único e irrepetible.

5.4. Marco Legal

Por ser una empresa prestadora de servicios alimenticios se debe regir a las normas o leyes que rigen estas actividades a nivel internacional, nacional y regional:

El código internacional ICC/ESOMAR55; establece las normas y principios éticos que debe cumplir los investigadores de mercado, subraya la necesidad de contar con el consentimiento cuando se recogen las opiniones de las personas (Niños, Adolescentes y Adultos), garantiza la libertad del investigador de mercado para buscar, recibir e impartir información y la aplicabilidad dentro del marco de la legislación vigente o de cualquier normativa o requisitos más estrictos que puedan regir en un mercado específico.

· Código Internacional ICC/ESOMAR para la práctica de la investigación social y de mercados.

Las bases legales fundamentan la investigación, por lo cual se consideraron algunos artículos de la Constitución Nacional Colombiana, de la ley 300 de 1996, del Código del Comercio, Decreto 3075.

Constitución Política de Colombia. Se ha tomado como referencia el Título XII Del Régimen Económico y de la Hacienda Pública:

Artículo 333, establece la libertad económica y toma la empresa como la base para el Desarrollo. El artículo textualmente dice: La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley [...]. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. [...]. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se

restrinja la libertad económica y Evitará o controlara cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. [...].

Ley 300 de 1996. A continuación se menciona el título I de las disposiciones y principios generales:

Artículo 2°: principio generales de la industria turística. La industria turística se registrará con base en los siguientes principios generales:

Libertad de empresa: en virtud del cual, y de conformidad con lo establecido en el artículo 333 de la constitución política, el turismo es una industria de servicios de libre iniciativa privada, libre acceso y libre competencia, sujeta a los requisitos establecidos en la ley y en sus normas reglamentarias. Las autoridades de turismo en los niveles nacional y territorial preservaran el mercado libre, la competencia abierta y leal, así como la libertad de empresa dentro de un marco normativo de idoneidad, responsabilidad y relación equilibrada con los usuarios.

Artículo 77°. Obligaciones de los prestadores de servicios turísticos. Los prestadores De servicios turísticos deberán cumplir las siguientes obligaciones:

1. Inscribirse en el Registro Nacional de Turismo.
2. Acreditar, ante el Ministerio de Desarrollo Económico, las condiciones y requisitos que demuestren su capacidad técnica, operativa, financiera, de procedencia de capital y de seguridad al turista, así como los títulos o requisitos de idoneidad técnica o profesional correspondientes, de conformidad con la reglamentación que para el efecto expida el Gobierno Nacional, para efectos de su inscripción en el Registro Nacional de Turismo.
3. Ajustar sus pautas de publicidad a los servicios ofrecidos, en especial en materia De precios, calidad y cobertura del servicio.
4. Suministrar la información que le sea requerida por las autoridades de turismo.
5. Dar cumplimiento a las normas sobre conservación del medioambiente tanto en el desarrollo de proyectos turísticos, como en la prestación de sus servicios.
6. Actualizar anualmente los datos de su inscripción en el Registro Nacional de Turismo.

Los artículos anteriores aplican a la presente investigación puesto que debido a Las características propias del restaurante gourmet, este se puede considerar como una empresa perteneciente al sector turístico, puesto que no solo los Caleños se preocupan por su salud, de hecho algunos turistas buscan lugares que le aporten a su salud a través de una adecuada alimentación, entre otros.

Código del Comercio. A continuación se cita el capítulo II del Código de Comercio, donde se establecen los deberes de los comerciantes; el título II, de los actos, operaciones y empresas mercantiles

1. Matricularse en el registro mercantil;
2. Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad;
3. Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales;

4. Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades;

[...]

6. Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal.

TITULO II.

DE LOS ACTOS, OPERACIONES Y EMPRESAS MERCANTILES

Art. 20.- Son mercantiles para todos los efectos legales:

[...]12. Las empresas de fabricación, transformación, manufactura y circulación de bienes. [...]Art. 25.- Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizara a través de uno o más establecimientos de comercio. [...]

TÍTULO IV.

DE LOS LIBROS DE COMERCIO.

CAPÍTULO I.

Libros y papeles del comerciante

Art- 48.- Todo comerciante conformara su contabilidad, libros, registros contables, inventarios y estados financieros en general, a las disposiciones de este Código y Demás normas sobre la materia. Dichas normas podrán autorizar el uso de sistemas que, como la microfilmación, faciliten la guarda de su archivo y correspondencia [...]

Art. 49.- Para los efectos legales, cuando se haga referencia a los libros de comercio, se entenderán por tales los que determine la ley como obligatorios y los auxiliares necesarios para el completo entendimiento de aquellos.

Art. 50.- La contabilidad solamente podrá llevarse en idioma castellano, por el sistema de partida doble, en libros registrados, de manera que suministre una historia clara, completa y fidedigna de los negocios del comerciante, con sujeción a las reglamentaciones que expida el gobierno.

Decreto 3075 de 1997. A continuación se mencionan algunos apartes de este decreto, mediante el cual se tocan puntos que hacen referencia a los restaurantes y establecimientos de consumo de alimentos:

CAPITULO VIII.

RESTAURANTES Y ESTABLECIMIENTOS DE CONSUMO DE ALIMENTOS

Artículo 36°.- Condiciones generales. Los restaurantes y establecimientos destinados a la preparación y consumo de alimentos cumplirán con las siguientes condiciones sanitarias generales:

a. Se localizaran en sitios secos, no inundables y en terrenos de fácil drenaje.

b. No se podrán localizar junto a botaderos de basura, pantanos, ciénagas y sitios que puedan ser criaderos de insectos y roedores.

c. Los alrededores se conservan en perfecto estado de aseo, libres de acumulación de basuras, formación de charcos o estancamientos de agua.

- d. Deben estar diseñados y contruidos para evitar la presencia de insectos y roedores.
- e. Deben disponer de suficiente abastecimiento de agua potable.
- f. Contaran con servicios sanitarios para el personal que labora en el establecimiento, debidamente dotados y separados del área de preparación de los alimentos.
- g. Deberán tener sistemas sanitarios adecuados, para la disposición de aguas servidas y excretas.
- h. Contaran con servicios sanitarios para uso del público, separados para hombres y mujeres, salvo en aquellos establecimientos en donde por razones de limitaciones del espacio físico no lo permita caso en el cual podrán emplearse los servicios sanitarios de uso del personal que labora en el establecimiento y los ubicados en centros comerciales.

[...]

Artículo 40°.- Responsabilidad. El propietario, la administración del establecimiento y el personal que labore como manipulador de alimentos, serán responsables de la higiene y la protección de los alimentos preparados y expendidos al consumidor; y Estarán obligados a cumplir y hacer cumplir las practicas higiénicas y medidas de Protección establecida en el capítulo III del presente Decreto.60

CAPÍTULO III. DISEÑO METODOLÓGICO O MARCO METODOLÓGICO

6. Metodología Propuesta

Identificar el mercado objetivo, los gustos, preferencias y expectativas de los clientes y la competencia.

6.1. Tipo de Investigación

Es investigativa, pues tiene como propósito describir la estructura de los fenómenos y su dinámica. Está en el primer nivel de conocimiento científico. Supone un elemento interpretativo del significado o importancia de lo que se investiga, combinando así el contraste, la interpretación y la evaluación. Comprende la interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes. El método que se empleara para cumplir el primer objetivo específico será el de investigación y análisis. El investigador conoce el problema y el objeto de investigación, estudiando su curso natural, sin alteración de las condiciones naturales. La investigación configura la base de conocimiento de toda ciencia. El método de investigación, en este método se distingue los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente la bibliografía de cada uno de ellos por separado, consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado, para ver, por ejemplo las relaciones entre las mismas. Estas operaciones no existen independientes una de la otra; el análisis de un objeto se realiza a partir de la relación que existe entre los elementos que conforman dicho objeto como un todo. El método antes señalado, se empleara en esta investigación porque se observara el comportamiento y actitudes de los consumidores hacia la comida saludable y con base en lo investigado se efectuara un análisis del mismo, y a través del análisis plantear la propuesta.

Por la naturaleza de la investigación se realizara un análisis descriptivo en el cual se recurrirá al uso de fuentes secundarias.

6.2. Fuentes

Fuentes primarias. Es toda aquella información que se recolectara en el lugar de los hechos del caso de estudio, se puede realizar por medio de las técnicas de observación y encuestas.

Fuentes secundarias. Diferentes bibliografías, diccionarios y trabajos de grado, páginas web, entre otros, las cuales fundamentaron parte del marco teórico.

6.3. Técnicas

Las técnicas que se podrían usar para la recolección de datos serán técnicas a través del uso de instrumentos; siendo que, las técnicas son los medios empleados para recolectar información, la cual se diseñara de acuerdo a la conveniencia de profundizar en los gustos y preferencias de los consumidores, los cuales se obtendrán mediante información de fuentes secundarias que pueden ser estadísticas oficiales del DANE, investigaciones realizadas en la ciudad de Cali o a nivel nacional y que incluyan la ciudad de Cali, trabajos de grado, páginas Web, diccionarios, en fin diferentes bibliografías que traten del tema gastronómico en Colombia y específicamente en Cali, sus indicadores y la respectiva valorización que trate en este caso sobre los consumidores de la ciudad de Cali, para conocer los datos y la información acerca de la buena nutrición y la oferta de restaurantes gourmet y artesanal en la ciudad.

6.4. Definición de la Población.

Familias del área de la ciudad de Cali pertenecientes a los estratos 3, 4, 5 y 6; este grupo tiene la capacidad adquisitiva aplicable al servicio prestado. Quienes se encuentre en la ciudad, personas a las que les gusta los alimentos ricos y exóticos, para quienes la calidad de los productos es de gran importancia, pues tienen presente los beneficios que trae el tener una alimentación saludable y consideran a la comida gourmet como una opción para comer cosas exquisitas y cuidar su salud; de igual forma son considerados como público objetivo los turistas que se clasifiquen en los estratos y tengan los intereses ya mencionados.

En este sentido de ideas, primero se precisa el objeto de estudio; se toma de toda la población de Cali, las personas que viven en los barrios de estrato 3, 4, 5 y 6, siendo así el punto de referencia el Censo 2005 realizado por el DANE (2005), con esta información se calcula la proporción que representa cada grupo de edad en los barrios seleccionados y se multiplica por la proyección poblacional realizada por el DANE para el año 2012 y de esta manera poder hallar el número poblacional por grupos de edad, entre los 24 y los 59 años de edad.

6.5. Procesamiento de la Información

La presente investigación se hace con el objetivo de medir la factibilidad de la creación de un restaurante gourmet y artesanal en la ciudad de Cali, enfocado a una población objetivo constituida por los estratos 3, 4, 5 y 6. La información adquirida en las fuentes secundarias será la base que recae en el grupo investigativo para su respectivo análisis, evaluación y posterior ejecución del proyecto.

6.6. Tratamiento de la información obtenida.

Una vez obtenidos los datos de la investigación es necesario procesarlo, y para ello se utiliza la técnica de la estadística descriptiva, la cual permite reducir y sistematizar cualquier tipo de información acumulado en datos, respuestas o valores correspondientes a variables investigadas en función de un problema, mediante la construcción de una matriz de datos, haciendo referencia a unidades de análisis, variables y valores o respuestas.

En este orden de ideas, es necesario realizar la interpretación y análisis de los mismos, en función de determinar de manera concreta y específica los puntos críticos en la propuesta de la creación del restaurante gourmet orientado a la conservación de la salud.

- **Conocer los requerimientos legales, técnicos y ambientales de un restaurante tipo Gourmet y artesanal.**

Para el segundo objetivo específico, se deberá ser consistente en aplicar las normas que se nombraron en el Marco Legal; tales como:

El artículo 333 de la constitución nacional en donde expresa que toda persona tiene la libertad de hacer empresa.

Ley 300 de 1996 que reglamenta los principios generales de la industria turística ya que los restaurantes hacen parte de esta industria, código de comercio donde se establecen los deberes de los comerciantes con estados y en donde se incluye que deben reportar los comerciantes al estado representado en los libros de comercio.

Decreto 3075 de 1997, que reglamentan los restaurantes y establecimientos de consumo de alimentos.

Es importante también definir internamente como debe estar distribuido un restaurante de acuerdo a un experto en este sector, es de aclarar que no lo reglamenta tan detalladamente el gobierno:

Áreas de la cocina de un restaurante. De acuerdo a Maîtres de Aragón (2015) la Cocina está conformada por varias áreas, entre ellas:

Cocina Caliente. Espacio donde se encuentran las estufas, los diferentes tipos de parrilla, freidores, salamandras, baño de María, entre otros.

Cocina fría (Pantry) y despensa. Área donde se confeccionan los platos fríos, tales como ensaladas y fiambres. También se encuentran los equipos para conservar los vegetales y los frigoríficos para almacenar los productos utilizados en la cocina caliente, tales como las carnes, pescados y mariscos.

Área de café. Espacio donde están situadas las cafeteras y máquinas de café.

Se encuentra generalmente muy cerca del office y allí se debe montar un mise-en-place para los distintos tipos de café.

Pastelería o repostería. Lugar destinado a la preparación de la mayoría de los postres servidos en el restaurante.

Panadería. Normalmente, se acostumbra que la panadería, pastelería y heladería compartan una misma área.

Área de entrega de comandas y recepción de pedidos. Es el espacio donde los camareros entregan la comanda y reciben los platos. Suele haber un supervisor de cocina llamado ocasionalmente Chef de partida, responsable de recibir y entregar los pedidos, para proceder a la ejecución de los alimentos.

Para complementar este punto se debe tener en cuenta:

- La micro localización del negocio. Análisis de factores para la ubicación del restaurante.
- Ponderación de factores para la ubicación del restaurante.
- Definición de todos los productos que se van a atender en el restaurante.
- Ficha técnica por cada producto.
- Políticas de buenas prácticas de manufactura.
- Políticas de calidad.
- Prácticas para la prestación del servicio.
- Descripción del recurso humano con el cual contara el restaurante.
- Descripción del recurso físico necesitado en el restaurante.
- Política de escogencia de proveedores.

Diseño y estructuración de la planta de operación.

Se elaborara un estudio administrativo que tiene en cuenta los siguientes:

- Forma de constitución de la sociedad.
- Responsabilidades de los socios.
- Responsabilidades del gerente.
- Estructura organizacional.
- Política de contratación.
- Política de salarios.
- Prestaciones sociales.
- Misión.
- Visión.
- Objetivo general.
- Objetivos específicos.
- Política de compras.
- Política de ventas.

- **Determinar la viabilidad del restaurante tipo gourmet y artesanal.**

Para el tercer objetivo específico debemos concentrarnos en el estudio financiero:

Se realizara la evaluación que permitirá determinar los recursos financieros necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Entre estos se describirán los ingresos y egresos previstos, tanto fijos como variables.

Este capítulo brinda información de suma relevancia para la toma de decisiones, se basa en datos reales del año 2015 y que las Proyecciones obedecen al comportamiento del mercado. No obstante, esta información no deja de traer consigo cierto grado de error como consecuencia de la incertidumbre propia del intento de prever el futuro.

Para determinar la demanda en cada periodo se realizara un estudio de mercados, que permitirá conocer cuántas veces podría visitar el restaurante una persona del estrato 3, 4, 5 y 6 de la ciudad de Cali. Para obtener la demanda anual de cada producto se determina que de la población objetivo que se calculara a través del estudio de mercados, Generando un promedio de visitas diarias.

Para determinar el crecimiento anual de las ventas se tomara como referencia el crecimiento del sector restaurantes previsto para el año 2015 menos unos puntos porcentuales (arbitrariamente elegidos, con el propósito de obtener una previsión de circunstancias desfavorables), el cual lo aporta el DANE, que corresponde al 4% anual.

Con base en lo anterior se calculara la demanda y se hará un proyección anual. En cuanto al aumento de los precios de la materia prima y el valor de los productos se tomará como base el IPC en 2014.

Se harán los costos de cada producto y precio de venta detallado, con el fin de promediarlos y tener base para las debidas proyecciones.

Para determinar el costo de la materia prima y el precio de venta de cada producto, se hará un promedio ponderado entre cada grupo de productos.

El factor ponderador se determinara a través del estudio de mercado.

INVERSIONES

Inversión fija o tangible. Se deben detallan valorizar en este apartado se detallan los activos tangibles que son necesarios para el funcionamiento del restaurante.

Inversión diferida. A continuación se detalla la inversión que se está haciendo en el estudio de factibilidad; la adecuación de las instalaciones, lo que incluye la decoración y el aviso; el lanzamiento del restaurante y la publicidad, lo que incluye las cunas radiales y la publicidad de calle, entre otros; la de tipo legal; e imprevistos. Una parte de la publicidad se incluirá como inversión diferida y otra como gastos fijos, puesto que hará parte del lanzamiento, actividad de única vez, y también se destinara una suma fija mensual a este rubro.

Inversión de capital de trabajo. A este apartado hacen pertenecen los activos corrientes necesarios para poner en funcionamiento del restaurante.

Costos de producción. Aquí se detallan las materias primas y los recursos físicos que se necesitan para brindar el servicio de alimentación propuesto.

Materias Primas. Se hace una relación de las materias primas y recursos físicos necesarios para brindar el servicio de alimentación propuesto.

Mano de obra directa. Es el personal requerido en cocina para la preparación de los alimentos.

Costos indirectos de fabricación. Son todos aquellos costos asociados a actividades complementarias de la preparación de los alimentos, para que se pueda llevar a cabo la prestación del servicio. Estos son mano de obra indirecta, servicios públicos, insumos, mantenimiento, depreciación, amortización, seguros y otros C.I.F.

Para mantener todos los recursos físicos del restaurante en buen estado se destinara posiblemente el 5% anual del valor de los mismos activos.

Gastos de administración y ventas. Como parte de estos gastos están el pago de personal administrativo, los gastos legales y administrativos. En este último se incluyen los honorarios del asesor contable.

Gastos financieros. Son aquellos en los que incurre la empresa por concepto de intereses pagados al banco por financiar un porcentaje de la inversión inicial o el 100% de esta inversión y el tiempo de pago de esta deuda.

Capital de trabajo. Es la inversión requerida en el primer mes para que el restaurante empiece a prestar sus servicios y la cual se debe calcular.

Inversión total. Es el monto de la inversión necesaria para este proyecto y como está distribuida, se debe detallar.

COSTOS

Costos fijos. Son todos aquellos que se generan con la puesta en marcha del restaurante gourmet, estos permanecen constantes independientemente de la actividad del mismo.

Costos variables. Son todos aquellos que se generan de manera proporcional a la producción y prestación del servicio.

EGRESOS E INGRESOS

Se debe establecer que el valor de la mano de obra estará afectado por la inflación. Como referencia se puede tomar la del año 2014.

ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

Estado de resultados. A través de este se puede conocer cuál es la Situación de la empresa año a año de una manera ordenada que permita hacer un análisis de los factores que están influyendo en la salud financiera de la empresa. Se deberá preparar el estado de resultados.

Presupuesto de efectivo. A través del presupuesto de efectivo se puede observar el disponible de efectivo con el que contara la empresa en años posteriores para así tomar las medidas necesarias y que la empresa pueda responder ante todos sus compromisos financieros y que se vele por el debido funcionamiento de la empresa. Después de hacer el presupuesto de efectivo se podrá determinar que la empresa contara con el suficiente efectivo para cumplir con sus compromisos.

Balance general. Mediante el balance general se puede conocer, de manera resumida, que es lo que la empresa debe, que es lo que tiene y lo que realmente pertenece a los socios.

Flujo de caja libre. A partir de este estado se puede conocer con que excedentes cuenta la empresa después de pagar la operación del negocio, para cumplir con los requerimientos de los socios.

Costo promedio de capital. Se debe calcular lo siguiente para el análisis financiero del proyecto y para mirar si es rentable el proyecto:

Tasa Mínima de Retorno Requerida: T.M.R.R.

Valor Presente Neto: V.P.N.

Tasa Interna de Retorno: T.I.R.

EVALUACIÓN FINANCIERA

Con el fin de determinar la capacidad que tendría la empresa, en las circunstancias propuestas, se hace una evaluación financiera, de tal modo que se pueda saber cómo reaccionaría esta ante unos supuestos del mercado.

Análisis de sensibilidad. Por medio del análisis de sensibilidad es posible evaluar la reacción de la empresa ante posibles condiciones positivas y negativas que alterarían su capacidad. A continuación se evaluarán cuatro situaciones diferentes en las que están involucradas variables como precios de venta, costos de la materia prima y volumen de ventas.

Evaluación operativa. A través de la evaluación operativa se ha podido determinar si la empresa, bajo las condiciones de normalidad expuestas en el presente trabajo, podrá llevar a cabo todas sus tareas dando cumplimiento a cada una de las obligaciones incurridas en las actividades propias de la operación de esta.

Costo de Capital Promedio Ponderado: C.C.P.P.

Valor Presente Neto: V.P.N.

Tasa Interna de Retorno: T.I.R.

Conclusiones del estudio financiero

Se podrá establecer si el restaurante Gourmet Artesanal es viable para las inversionistas, debido a que en condiciones normales podría tener una rentabilidad

por encima de la tasa mínima de retorno requerida, por lo cual valdría la pena tomar el riesgo de hacer dicha inversión.

CAPÍTULO IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

7. Viabilidad Restaurante Gourmet Artesanal en la ciudad de Cali

7.1. Análisis de Mercado



Figura 1. Generalidades del sector Gastronómico de Colombia

Fuente: Publicación La Republica de la Revista La Barra.

El sector gastronómico en los últimos años ha mostrado un crecimiento importante en el país, a la fecha hay cerca de 90.000 restaurantes en Colombia que registraron en 2014 ventas por \$30,7 billones, de las cuales la revista La Barra estima que 5% se vendió en restaurantes de gama alta.

De acuerdo con la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica (Acodres), el sector tuvo en promedio un crecimiento en todo el país superior a 22%, pero hay regiones como el Caribe que registraron un crecimiento mayor a 40%.

Respecto al aporte al PIB, Claudia Barreto González, presidenta ejecutiva nacional de Acodres señaló que “se ha mantenido una tendencia de mayor contribución en los últimos años y del total que aporta el sector turismo se considera que la gastronomía aporta aproximadamente 3,6%”.

Y agregó que “el crecimiento es muy positivo y las cifras nos están dando la razón, este sector es de gran importancia, genera empleo, cada restaurante tiene mínimo 10 empleados, lo que se traduce en un aporte relevante en impuesto al consumo, en IVA e Ica para todas las regiones del país”.

Según Acodres, este aumento obedece también al auge turístico que ha tenido el país, lo que ha generado crecimiento económico y aseguró que este ‘boom’ también se ha dado por la inversión extranjera, marcas que se han posicionado en el país, lo que permite que el sector gastronómico mejore cada vez más.

Aunque el crecimiento de este sector ha sido relevante muchas personas del gremio se preguntan por qué no hay un solo restaurante del país entre los mejores del mundo, recientemente la revista Restaurant realizó este ranking donde el puesto número uno fue para el Celler de Can Roca en Girona, España, y en donde incluye nueve restaurantes latinoamericanos como el Central de Lima (Perú) que ocupó la cuarta posición.

Respecto al tema, Mariano Arango, director de la revista La Barra, señaló que “desconocemos la metodología de juzgamiento, pero dudo que tengan un equipo de expertos visitando los restaurantes más importantes del país, por lo cual este premio puede estar más relacionado con el posicionamiento de marca que con un verdadero resultado en cuanto a la calidad del servicio y la comida”.

Arango también indicó que “muchos restaurantes que tienen propuestas agresivas gastronómicamente hablando, como las que encontramos entre los 50 mejores restaurantes, no tienen el éxito comercial necesario para sobrevivir, lo que te lleva a preguntarte si los criterios de juzgamiento de este premio le permiten a un restaurante ser rentable en una economía como la colombiana”.

Por su parte, la presidente ejecutiva nacional de Acodres afirmó que “uno de nuestros grandes retos es que con el potencial gastronómico que hay en el país posicionemos la gastronomía en el mundo, tenemos cómo hacerlo, ya que los productos con los que contamos son excelentes, al igual que la infraestructura”.

Y es que en solo la capital colombiana se estima que formalmente haya unos 22.000 restaurantes, pero pueden llegar a ser más de 30.000, ya que hay muchos registrados, más no activos.

De acuerdo con Acodres en 2014 se abrieron 5.000 restaurantes aproximadamente y perciben que hay una tendencia en el reposicionamiento de la comida tradicional colombiana y el rescate cultura de la misma. Así mismo, muchos de estos nuevos restaurantes son especializados en otro tipo de cocinas como la italiana, árabe, mexicana, francesa, entre otras. Sin embargo, de la española y la peruana es de la que más hay presencia en el país.

Referente a la inclinación de las personas por los distintos tipos de restaurantes, Barreto indicó que todo depende de los días y las necesidades del consumidor, ya que con la entrada de cadenas de restaurantes ha repuntado mucho los establecimientos de comida rápida; con el gran movimiento de turismo que se registra en Colombia y por temas de negocios también la comida en restaurantes a manteles se ha incrementado, mientras que la comida gourmet ha crecido con el auge del fitness, está última es una opción por la que cada vez más optan altos ejecutivos y empresarios, por cuidar su salud y lucir bien, para ellos hay muchas propuestas enfocadas para satisfacer la demanda.

Hay que resaltar que las familias no solo prefieren gastar su dinero en otro tipo de actividades como cine o teatro, actualmente se ha vuelto importante ir a establecimientos gastronómicos con más frecuencia que antes y para esto los

restaurantes desarrollan ideas que se acoplen a todo tipo de público, un ejemplo son los más de 130 restaurantes dentro y fuera de Bogotá que reciben las mascotas pensando en las familias.

La Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica (Acodres) indicó que de los 22.000 restaurantes que formalmente hay en Bogotá, la capacidad con la que cuentan es que 23,21% tienen menos de 50 sillas, 50% tienen entre 50 y 99 sillas, 16,07% de 100 a 149 sillas, y solo 10,7% cuenta con más de 150 sillas. Algunos de los establecimientos más visitados en la capital colombiana se ubican en sectores como la denominada Zona G, Zona T y Usaquén, los cuales tienen buena capacidad.

Claudia Barreto, presidente de la Asociación, señaló que en 2015 el sector HORECA, (sector de hostelería conformado con restaurantes, hoteles, bares y general servicios de turismo), presentó un crecimiento superior al 12%, del cual el 3.5% fue de la industria de alimentos y bebidas. Según cifras de, Acodrés, cada mes se abren en el país cerca de 15 o 20 restaurantes.

Con relación a las tendencias que se presentan actualmente en este sector, la presidenta informó que se perciben nuevos restaurantes de comida vegetariana, orgánica o fusión, sin embargo, Colombia tiene la ventaja que hay consumidor para todos los gustos. No obstante, Barreto indicó que “Colombia a pesar de la gran variedad de frutas y verduras que produce y la infinidad de platos que se puede preparar con ellos, todavía le falta un camino importante por recorrer para poder considerarse una potencia gastronómica a nivel mundial, sin embargo, se encuentra en constante evolución”.

Mercado Objetivo o Target Group

Son todas las personas que viven en la ciudad entre 24 y 59 años que son productivos laboralmente de estratos 3, 4, 5 y 6 y los visitantes o turistas que llegan a ella.

Estrategia Publicitaria

Inicialmente se dará la promoción del restaurante y de sus productos por intermedio de Internet en Facebook, Gmail, YouTube y se construirá la página Web con constructores sin costo que hay dentro de la nube, luego se tendrá un presupuesto modesto para este tipo de inversión.

Nivel Socioeconómico y delimitación geográfica

Los niveles socioeconómicos son medio (estrato 3 y 4) y alto (5 y 6), la delimitación inicialmente será la ciudad de Cali, después se desarrollaran estrategias de desarrollo y crecimiento y podrá extenderse a todas la poblaciones del país.

Genero

Hombres y mujeres.

Edad

Personas entre 24 y 59 años económicamente activas, pero claro que podrán ser acompañadas de niños entre 5 años hasta los 12 años y adolescentes entre 13 años y 18 años y persona entre 19 y 23 años.

Estado civil.

Solteros, casados, separados, viudos o con pareja. Es indiferente.

Ocupación

Es indiferente la ocupación, que sean económicamente activos y que puedan comprar un plato Gourmet.

Hábitos

Que tenga la costumbre de salir a comer a restaurantes usualmente todos los días o fines de semana con los amigos o familia.

Nivel Educativo

Personas que pueden ser técnicos, tecnólogos, profesionales o con postgrados o personas que tengan un estilo de vida alto y entre sus costumbres salir a comer a restaurantes Gourmet.

Motivaciones

Dentro de sus motivaciones este cuidar su salud o tener un hábito saludable de comer adecuada y exquisitamente.

Creencias religiosas

Cualquier persona que tenga una religión y que sea congruente con la comida sana, exquisita y preparada manualmente con insumos que no son preparados industrialmente.

7.1.1. Clientes

Referente a la inclinación de las personas por los distintos tipos de restaurantes, Barreto indicó que todo depende de los días y las necesidades del consumidor, ya que con la entrada de cadenas de restaurantes ha repuntado mucho los establecimientos de comida rápida; con el gran movimiento de turismo que se registra en Colombia y por temas de negocios también la comida en restaurantes a manteles se ha incrementado, mientras que la comida gourmet ha crecido con el auge del fitness, está última es una opción por la que cada vez más optan altos ejecutivos y empresarios, por cuidar su salud y lucir bien, para ellos hay muchas propuestas enfocadas para satisfacer la demanda.

Hay que resaltar que las familias no solo prefieren gastar su dinero en otro tipo de actividades como cine o teatro, actualmente se ha vuelto importante ir a establecimientos gastronómicos con más frecuencia que antes y para esto los restaurantes desarrollan ideas que se acoplen a todo tipo de público, un ejemplo son los más de 130 restaurantes dentro y fuera de Bogotá que reciben las mascotas pensando en las familias.

7.1.2. Competencia

El sector de las comidas rápidas ha tenido crecimientos significativos en los últimos años. Para el año 2011 el sector de las comidas rápidas tuvo un crecimiento del 11 %, lo que ha hecho que las grandes cadenas como Burger King y Taco Bell estén pensando en abrir nuevos puntos de ventas en el país. Por otra parte la multinacional Mc Donalds hace apertura constante de nuevos puntos de ventas y cadenas nacionales como El Corral, El Rodeo y Presto generan alianzas estratégicas con otras empresas con el fin de mantenerse el mercado.

Altas Inversiones: la gran barrera de entrada para incursionar en el sector se constituye en las altas inversiones para entrar a competir con las empresas que actualmente dominan el mercado (infraestructura, publicidad). Sin embargo de forma constante aparecen pequeños negocios de comidas rápidas en los barrios populares de las principales ciudades.

Rivalidad en el sector. La rivalidad principal de este tipo de negocios está muy sujeta al precio de los productos, la calidad y la innovación. Lo anterior brinda ventaja frente a los competidores, lo cual lleva a Presto a campañas que cada 3 meses se lanzan, con productos mejorados y a precios sujeto a las condiciones de la competencia. Se trata de mantener un precio base y con la campaña que sale al mercado con un precio diferente al de la competencia con el fin de ganar nuevos

clientes. Participación en el mercado derivado del posicionamiento vía el marketing y la publicidad. Servicio cálido personalizado y rápido marca la diferencia. El cliente es cada vez más exigente, los productos tienen que ser de buena calidad y constantemente se deben mejorar.

Productos sustitutos. Todos los negocios de comidas diferentes al formato de comidas rápidas se convierten en productos sustitutos y en una gran amenaza para este sector. Clasificando los negocios más o menos en el rango en que se encuentra PRESTO, compiten directamente restaurantes como ANDRÉS CARNE DE RES, RESTAURANTES WOK, (RESTAURANTE CREPES & WAFFLES) entre otros, e convierten en una amenaza constante ya que son muchas las personas que a diario consume en este tipo de restaurante.

7.1.3. Proveedores

El poder de negociación de los proveedores no representa ninguna amenaza en este sector ya que las materias primas para este tipo de producto son abastecidas por un número elevado de proveedores, que ofrecen variedad de precio y buena calidad.

7.2. Análisis Técnicos, Legales y Ambientales

A continuación se procederá a presentar un análisis técnico el cual tiene que ver con toda la parte técnica del proyecto que incluye la parte de ingeniería y la parte administrativa, luego el análisis legal que presenta en los aspectos legales que está en concordancia con la leyes del país para crear la empresa y por último se hace un análisis del impacto ambiental que trae en cada las etapas del proyecto y sus impactos ambientales.

7.2.1. Técnicos

En este capítulo se determinara elementos tan importantes como la localización del restaurante y su ingeniería. A continuación se pasara a hacer una identificación del lugar en el que se ubicara el restaurante en la ciudad de Cali.

7.2.2. Microlocalización

El restaurante se debe localizar cerca de la vivienda del propietario, por la facilidad de acceso y porque hay algunos locales los cuales quedan fácil arrendarlos porque los dueños son conocidos y no se tendrá ningún inconveniente con ello, además que los valores de arrendamiento se cobraran con un descuento importante y esta será en la carrera 56 con calle 16.

7.2.3. Ingeniería del Proyecto

Para efectos del presente proyecto se deberá entender su ingeniería como la descripción del conjunto de elementos que hacen posible la servucción de los alimentos a ofrecer. No se detallara en el proceso de la preparación de dichos alimentos.

Se describirán los recursos necesarios para la puesta en marcha del restaurante de comida gourmet, buscando la calidad del producto y servicio prestado y dando cumplimiento a lo establecido por las normas establecidas en Colombia para la servucción.

Para efectos del presente estudio se ha tomado como referencia una variedad de sándwich y lasaña que cumplen con los requisitos de un plato gourmet y preferencia de consumo de los clientes como lo es en el tipo de carnes, así mismo con las bebidas y postres. Sin embargo el restaurante contara, además de los productos planteados aquí, con una mayor variedad que satisfaga las necesidades de alimentación en almuerzos y otras comidas del día.

7.2.3.1. Ficha técnica de los productos

Además de indicarse cuales son los ingredientes necesarios para la preparación de cada uno de los productos se especifica la cantidad y cuál es el número de porciones que salen de cada preparación. Este último dato es muy importante tenerlo en cuenta a la hora de hacer los cálculos del costo de las materias primas para cada producto.

Tabla 1. Receta - Sándwich tailandés en salsa con solomito de res

Restaurante Gourmet Artesanal			
Receta Estándar TR	Código 1		
Sándwich tailandés en salsa con solomito de res		Porciones 1	
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad
	Pan multicereal	50	gr
	Lomo de Res	100	gr
	Zuchini	20	gr
	Pimentón	20	gr
	Zanahoria	20	gr
	Semillas de sésamo	6	gr
	Sal	2	gr
	Pimienta	1	gr
	Aceite Vegetal	10	gr
	Acento	5	gr

Fuente: Chef Socorro Caicedo

Tabla 2. Receta – Sándwich de verduras

Restaurante Gourmet Artesanal			
Receta Estándar	TR	Código 1	
Sándwich de verduras			Porciones 1
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad
	Pan multicereal	50	gr
	Berenjena	20	gr
	Zanahoria	20	gr
	Pimentón	20	gr
	Portobello laminado	60	gr
	Champiñones mini en ¼	60	gr
	Aceite de oliva	10	ml
	Queso mozzarella	16	gr

Fuente: Chef Socorro Caicedo

Tabla 3. Receta – Sándwich de lomo de cerdo

Restaurante Gourmet Artesanal			
Receta Estándar	TR	Código 1	
Sándwich de lomo de cerdo			Porciones 1
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad
	Pan multicereal	50	gr
	Solomo de res	100	gr
	Albahaca	2	gr
	Sal	2	gr
	Endulzante natural	3	gr
	Salsa tropical	20	ml
	Queso Cheddar	25	gr
	Queso mozzarella	30	gr

Fuente: Chef Socorro Caicedo

Tabla 4. Receta – Sándwich de Pollo

Restaurante Gourmet Artesanal			
Receta Estándar	TR	Código 1	
Sándwich de pollo			Porciones 1
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad
	Pan multicereal	50	gr
	½ suprema de pollo	120	gr
	Pasta de ajo	5	gr
	Salsa teriyaki	50	ml
	Salsa negra	10	ml
	Aceite de oliva	10	ml
	Cebolla morada	25	gr
	Endulzante natural	5	gr
	Sal	1	gr

Fuente: Chef Socorro Caicedo

Tabla 5. Receta – Sándwich de cerdo en salsa

Restaurante Gourmet Artesanal			
Receta Estándar	TR	Código 1	
Sándwich de cerdo en salsa			Porciones 1
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad
	Pan multicereal	50	gr
	Lomo de cerdo	80	gr
	Huevo	20	gr
	Harina integral	20	gr
	Orégano	2	gr
	Sal	1	gr
	Pimienta	1	gr
	Salsa de tomate	5	ml
	Panela	20	ml
	Vinagre de frutas	5	ml
	Zuchini salteado	40	gr
	Encurtido de peperoni	30	gr
	Repollo blanco	10	gr

Fuente; Chef Socorro Caicedo

Tabla 6. Receta – Limonada de coco

Restaurante Gourmet Artesanal			
Receta Estándar	TR	Código 1	
Limonada de coco			Porciones 1
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad
	Leche deslactosada	300	ml
	Leche de coco	60	ml
	Coco rallado	50	gr
	Limón	80	ml
	Crema de leche	80	ml
	Endulzante natural	50	gr

Fuente: Chef Socorro Caicedo

Tabla 7. Receta – Limonada al natural

Restaurante Gourmet Artesanal			
Receta Estándar	TR	Código 1	
Limonada al natural			Porciones 1
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad
	Agua en granizado	550	ml
	Limón	100	ml
	Endulzante natural	50	gr
	Canela	2	gr

Fuente: Chef Socorro Caicedo

Tabla 8. Receta – Jugo natural en agua

Restaurante Gourmet Artesanal			
Receta Estándar	TR	Código 1	
Jugo natural en agua			Porciones 1
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad
	Agua en granizado	500	ml
	Pulpa determinada	100	gr
	Endulzante natural	50	ml

Fuente: Chef Socorro Caicedo

Tabla 9. Receta – Jugo natural en leche

Restaurante Gourmet Artesanal			
Receta Estándar	TR	Código 1	
Jugo natural en leche			Porciones 1
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad
	Leche en granizado	500	ml
	Pulpa determinada	100	gr
	Endulzante natural	50	gr

Fuente: Chef Socorro Caicedo

Tabla 10. Receta – Lasaña

Restaurante Gourmet Artesanal			
Receta Estándar		TR	Código 1
Lasaña			Porciones 1
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad
	Pechuga de pollo	100	gr \$ 1.800
	Queso mozzarella	50	gr \$ 700
	Pasta para lasaña	50	gr \$ 250
	Queso parmesano	20	gr \$ 1.200
	Consomé de pollo	50	ml \$ 500
	Crema de leche	50	ml \$ 500
	Leche	100	ml \$ 230
	Diente de ajo	1	un \$ 50
	Cebolla cabezona	5	gr \$ 100
	Harina de trigo	10	gr \$ 180
	Nuez moscada	1	gr \$ 500
	Sal	2	gr \$ 50

Fuente: Chef Socorro Caicedo

Tabla 11. Receta – Postre de frutas

Restaurante Gourmet Artesanal			
Receta Estándar		TR	Código 1
Postre de frutas			Porciones 1
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad
	Galletas integrales	150	gr
	Aceite de oliva	60	ml
	Picadito de frutas	150	gr
	Leche deslactosada	150	ml
	Crema de leche baja en calorías	20	gr
	Gelatina sin sabor	20	gr

Fuente: Chef Socorro Caicedo

Tabla 12. Receta – Cordón Blue

Restaurante Gourmet Artesanal				
Receta Estándar	TR		Código 1	
Cordón Blue			Porciones 1	
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	
	Pechuga de pollo	150	gr	\$ 2.000
	Queso mozzarella	20	gr	\$ 325
	Jamón de cerdo	20	gr	\$ 350
	Harina de trigo	10	gr	\$ 18
	Harina de pan	10	gr	\$ 150
	Sal	1	gr	\$ 25
	Pimienta	1	gr	\$ 50
	Huevo	1	un	\$ 350
	Aceite	100	ml	\$ 550
	Cebolla	2	gr	\$ 50
	Ajo	1	un	\$ 50

Fuente: Chef Socorro Caicedo

Tabla 13. Receta – Postre cremoso

Restaurante Gourmet Artesanal				
Receta Estándar	TR		Código 1	
Postre cremoso			Porciones 1	
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	
	Quinoa	250	gr	
	Endulzante artificial	100	gr	
	Leche deslactosada	100	ml	
	Esencia de vainilla	2	ml	
	Clavos de olor	1	un	
	Canela en polvo	1	gr	
	Crema de leche baja en calorías	100	ml	

Fuente: Chef Socorro Caicedo.

7.2.3.2. Descripción técnica del proyecto

Seguidamente se presenta cada una de las etapas que hacen parte de la servucción de los platos de comida gourmet.

La aplicación de las buenas prácticas de manufactura (BPM) en restaurantes constituye una garantía de calidad e inocuidad que redunda en beneficio del empresario y del consumidor, en vista de que ellas comprenden aspectos de higiene y saneamiento aplicables en toda la cadena productiva, incluido el transporte y la comercialización de los productos.

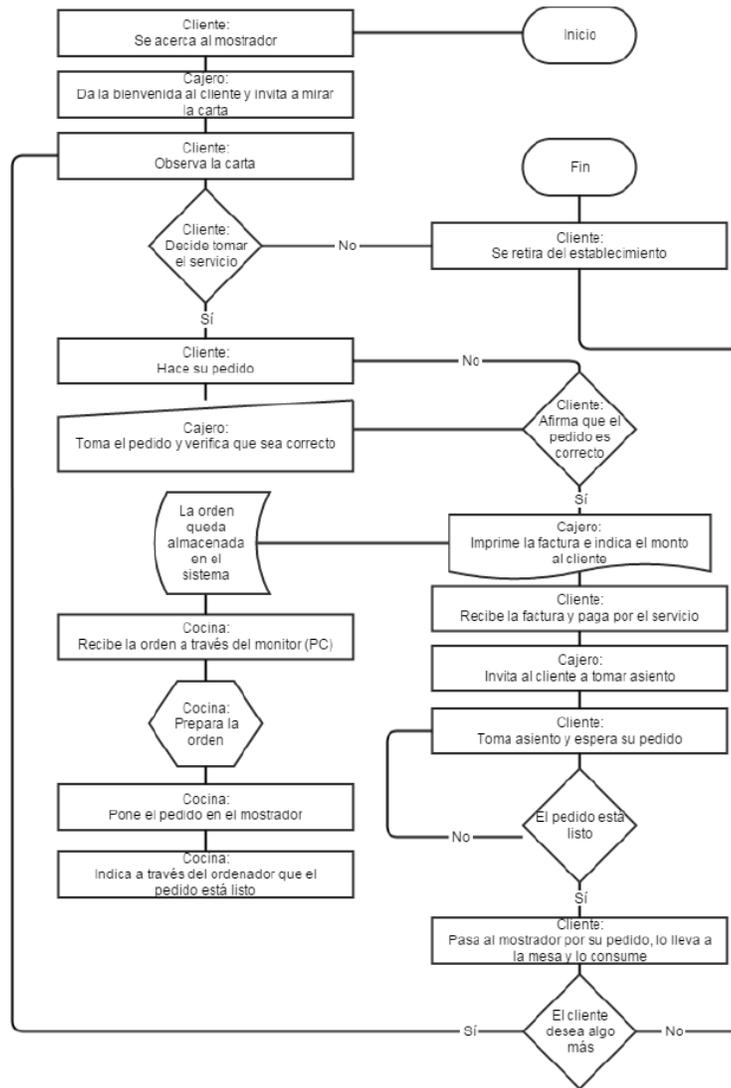
Tabla 14. Pasos para la atención de comensales

Paso	Descripción
1° Dar la bienvenida y sentar al cliente.	Hay que dar una buena y cálida bienvenida al cliente en cuanto entre al local. Si no se le puede atender en el momento, saludarle e informarle que en cuanto sea posible su mesa estará lista. Si hay alguna posibilidad darle la opción de mesa
2° Sugerir al cliente.	Presentar el menú haciendo hincapié en la especialidad del día. Sugerir las bebidas. Sugerir al cliente las entradas correspondientes.
3° Bebidas y la toma de comanda.	Llevar a la mesa las bebidas y ofrecerse al cliente por si tiene alguna duda con el menú. Apuntar el pedido del cliente en el orden correspondiente. Preguntar al cliente si desea algún aperitivo o entrante mientras espera a que le sea servido. Repetir el pedido para asegurarse de que todo está bien.
4° Pasar la orden.	Se pasará la orden directamente a la cocina. Durante el transcurso de este tiempo de servir al cliente (este no debe sobrepasar los 10 minutos desde la toma de la comanda) se debe terminar de preparar la mesa con los extras necesarios (condimentos, salsas, comboys, entre otros).
5° Iniciando el servicio.	Revisar el pedido antes de llevarlo a la mesa (máximo 10 minutos desde que se tomó la comanda). Si hay niños, llevar estos menús en primer lugar. Recordar el nombre de los platos según se les esté sirviendo a cada comensal. Cuanto todos los platos estén servidos, se debe de preguntar al cliente: ¿Hay algo más que pueda traerles o servirles? Ofrecerles si fuera necesario una nueva bebida y estar siempre pendiente de que los vasos nunca estén vacíos.
6° Revisar la mesa constantemente.	Preguntar especialmente como está la comida (nunca interrumpir al cliente, siempre buscar el

	<p>momento adecuado para preguntar si está todo bien o si desea algo más).</p> <p>Si el cliente necesita algo más (servilletas, bebidas, mantequilla, pan, etc.) llevarlo inmediatamente.</p>
7° Estar siempre atentos durante el servicio.	<p>Anticiparse en todo momento a las necesidades y peticiones del cliente (leer la mesa).</p> <p>Retirar vajilla y cubertería innecesaria que haya en la mesa.</p> <p>Retirar en todo momento botellas vacías, ofrecer bebidas nuevamente y no dejar nunca vasos vacíos.</p> <p>Estar pendiente en todo momento de las señales del cliente.</p>
8° Presentar y ofrecer los postres.	<p>Presentar la carta de los postres.</p> <p>Sugerir los postres del día o de la casa.</p> <p>Si el cliente declina el postre ofrecer café o infusiones.</p> <p>Retirar de la mesa toda la vajilla y cubertería a excepción de los cubiertos de postres o café y las copas de bebidas.</p>
9° La cuenta, terminando la mesa.	<p>Una vez el cliente pida la cuenta, esta no debe demorarse más de 3-4 minutos.</p> <p>Reparar la cuenta antes de entregarla, verificar que está todo correcto.</p> <p>Preguntarle al cliente si desea algo más.</p> <p>Retirar toda la vajilla sobrante.</p>
10° Despedida del cliente	<p>Despedimos del cliente, agradeciéndole su visita.</p>

Fuente: 10 pasos para un buen servicio de atención al cliente, del blog restaurantes de éxito, autor Jose Carlos del Amo.

Figura 2. Flujoograma de servicio de venta



7.2.3.3. Recursos

A continuación se hará una relación de los recursos necesarios para la puesta en marcha del restaurante gourmet. Entre estos recursos se detallarán el recurso humano, los recursos de físicos propios de la actividad que se está estudiando y de acondicionamiento del establecimiento comercial.

Recurso humano

En este apartado se hará una descripción del personal que se requiere para llevar a cabo las operaciones del restaurante, tanto en el área administrativa como para la preparación de los alimentos y servicio al cliente.

Tabla 15. Recurso humano

Cantidad	Cargo	Modalidad de Contrato
1	Administrador	Contrato de trabajo
2	Cajero	Contrato de trabajo
2	Jefe de cocina	Contrato de trabajo
2	Auxiliar de Cocina	Contrato de trabajo
2	Mesero	Contrato de trabajo
1	Contador	Honorarios
1	Secretaria/auxiliar	Contrato de trabajo

Fuente: Propia

Recursos físicos

Aquí se describirán todos los electrodomésticos, muebles y enseres necesarios para brindar el servicio un de calidad.

Tabla 16. Electrodomésticos

Cantidad	Descripción
1	Licuadaora
1	Batidora acero inoxidable
1	Plancha
1	Horno
1	Fogón Industrial con campana
1	Abrelatas eléctrico
1	Lavaplatos
1	Congelador – refrigerador

Fuente: Propia

Tabla 17. Muebles y enseres

Cantidad	Descripción
1	Escritorio de madera
1	Archivo de gavetas
1	Televisor 24"
1	Extintor tipo K de 1.5 Gl
1	Papelera
1	Estación doble (caneca basura)
1	Caneca basura
3	Balde
1	Trapero
1	Escoba
1	Cepillo
1	Botiquín

Fuente: Propia

Tabla 18. Equipo de oficina

Cantidad	Elemento
1	Computador iMac o HP
1	Computador iMac o HP
1	UPS
1	Impresora HP
1	Teléfono celular Huawei o Samsung
1	Teléfono Panasonic contestador
1	Impresora facturas

Fuente: Propia.

Tabla 19. Herramientas y accesorios

Cantidad	Elemento
2	Colador
1	Espumadera
1	Cucharon
1	Mondador de pelar papas
1	Juego de cuchillos
2	Cuchillos para vegetales
1	Set cuchillas medidoras
3	Tabla para cortar
1	Set de pinzas
1	Batidor de mano
1	Bol para mezclar
1	Refractaria set x 2
1	Olla pitadora
1	Escurridor de platos
3	Sartén
3	Olla antiadherente
1	Repasadores
30	Bandejas
5	Juegos de cubiertos
30	Plato grande, mediano y pequeño
30	Cristalería vaso alto
1	Chaira
1	Piedra de amolar
1	Espátula de goma o silicona
2	Vinipel
2	Pape mantequilla
6	Papel aluminio

Fuente: Elaboración propia.

7.2.3.4. Proveedores

Entre los posibles proveedores se encuentran los siguientes:
Almacenes Éxito, Almacenes La 14, Cavasa, galería Santa Elena, porque cuentan con una gran variedad de productos y una gran variedad de frutas y verduras con los mejores precios del mercado caleño que hacen parte de los ingredientes necesarios para la elaboración de los productos que prepara el Restaurante Gourmet Artesanal.

7.2.3.5. Distribución de la planta

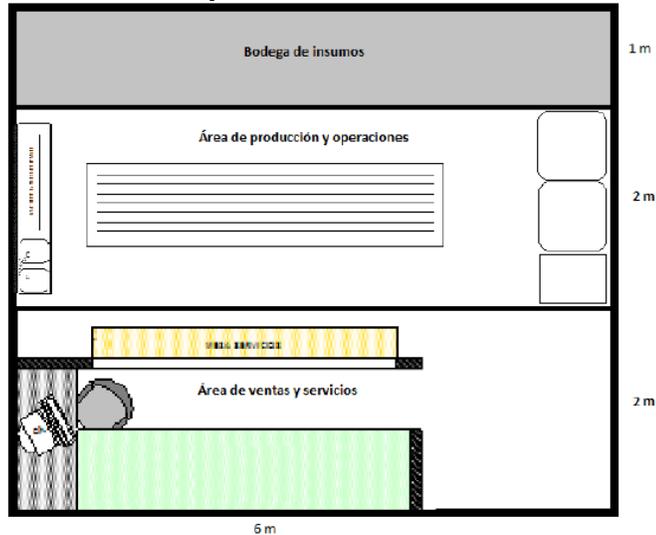
La planta tendrá la siguiente distribución:

Tabla 20. Distribución de la planta

Objeto del área	Área (m ²)
Operación y producción	12
Ventas y servicios	12
Bodega de insumos	6
Total área	30

Fuente: Elaboración propia

Figura 3. Distribución de la planta



Fuente: Elaboración propia.

7.2.3.6. Estudio Administrativo

A través del presente estudio administrativo se pretende detallar en la forma de constitución de la empresa, su constitución en cada una de las partes y su estructura organizacional.

Constitución de la empresa

Entre los elementos que le brindan rumbo a una empresa y se convierten en parte de suma relevancia dentro del direccionamiento estratégico son la visión, misión, objetivos y políticas. A continuación se exponen las pertenecientes al restaurante Gourmet Artesanal.

VISIÓN

En 2018 el restaurante Gourmet Artesanal será un nombre reconocido en la ciudad de Cali, por servir alimentos saludables y de alta calidad.

En 2019 el restaurante Gourmet Artesanal se habrá expandido al mercado de los eventos y reuniones de negocios.

MISIÓN

El restaurante Gourmet Artesanal sirve alimentos que aportan bienestar y salud a sus clientes, en ambientes de confort y con servicio de calidad.

OBJETIVOS

El restaurante Gourmet Artesanal fue creado con el objetivo de contribuir a la salud de las personas a través de una alimentación saludable, mientras se generan oportunidades de desarrollo a los colaboradores de la empresa, sus accionistas y la región. Para que esto se pueda dar:

Procurar que los colaboradores de la empresa sean el personal idóneo, con la formación, en actitud y aptitud, que harán del servicio una experiencia digna del buen recuerdo los clientes del Restaurante Gourmet Artesanal.

Asegurar la calidad e inocuidad de los alimentos que se preparan y sirven a los clientes del restaurante Gourmet Artesanal.

Promover una cultura de la innovación en términos de la variedad de platos y de la prestación del servicio.

Propiciar el crecimiento de la cobertura de tal manera el impacto en la salud de la población de las regiones donde se encuentre el restaurante Gourmet Artesanal sea cada vez mayor.

Políticas del restaurante Gourmet Artesanal

Política de calidad

Satisfacer a los clientes con los servicios y productos que se prometen, producidos con excelencia, en el momento oportuno, en un ambiente hecho para sentir agrado; mediante un equipo humano que está comprometido con la satisfacción del cliente interno y externo, con la optimización de los recursos y que ve más allá de las circunstancias del momento.

Política de contratación de personal

Este proceso se llevara a cabo con las siguientes políticas:

Solo se contrataran emulando a Crepes y Waffles, mujeres cabeza de familia y se hace de la siguiente manera: Se colocara un clasificado en los periódicos locales, con la descripción detallada del cargo necesitado.

Se recibirán las hojas de vida, conjuntamente con las entregadas por personas conocidas.

Se escogerán 3 hojas de vida del total.

Se citara para la entrevista en el mismo día a las 3 personas.

Se citaran para el día siguiente a las 3 personas y se les hará examen práctico que consistirá en hacer algo normal en el restaurante o en la oficina, dependiendo del cargo que se necesite.

Se escogerá a la persona que le haya ido mejor tanto en la entrevista como en el examen práctico, la persona con el mayor puntaje, la más idónea.

Estos exámenes se harán acompañados con una persona de la oficina o con el jefe de cocina.

Los exámenes se diseñaran de acuerdo al cargo y serán hechos por el administrador.

Política de compras

Todo insumo utilizado por la empresa debe provenir de proveedores confiables, que suministren productos de la calidad prometida a los clientes del restaurante Gourmet Artesanal, y que utilicen precios justos, los cuales serán incorporados a la base de datos de proveedores de la empresa mediante un análisis rápido de las características de los productos, sus precios y la garantía ofrecida.

Política de ventas

Se establecerán precios justos, que contribuyan a los objetivos económicos y sociales de la empresa.

El proceso de ventas se hará conforme a lo establecido por la ley.

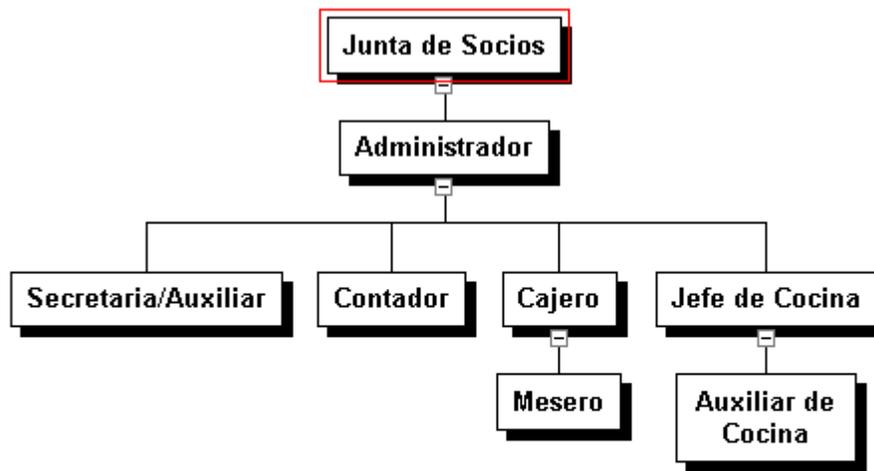
Para que se efectuó la orden de compra el servicio debe ser cancelado, ya sea en efectivo o mediante tarjeta de crédito o débito.

Estructura Organizacional

Organigrama

Con el fin de proporcionar claridad en la forma como está estructurada la organización, se presenta el organigrama de la empresa en la Figura 3

Figura 4. Organigrama



Fuente: Elaboración propia.

Perfiles de cargos

Describir las funciones que deben llevar a cabo los integrantes de la organización lo cual indica orden y facilita llevar a cabo tareas cotidianas, de supervisión y de mejoramiento del desempeño, por este motivo se presenta a continuación cada uno de los perfiles de los cargos que se establecerán en el restaurante Gourmet Artesanal con su respectiva descripción. Para esta descripción se utiliza

Tabla 21. Descripción perfil del Administrador

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
Nombre del cargo: Administrador	Código: Pad-01	Fecha:
Sección: Administración	Cargo jefe inmediato: Junta de socios	
	No. de cargos iguales: Ninguno	
Función Principal	Ejecución de labores de planeación, organización, dirección y control en la administración y gestión del restaurante.	
Educación	Profesional en gestión empresarial o administración hotelera con conocimiento en mercadeo.	
Responsabilidad	Supervisión: se encarga de supervisar las labores que realiza de todo el personal del restaurante.	
Detalle de funciones		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ejercer la representación legal del restaurante. 2. Liderar y velar por el cumplimiento de la misión, visión, los principios y valores organizacionales de la empresa. 3. Cumplir y hacer cumplir las políticas, reglamentos, normas y procedimientos vigentes en la empresa. 4. Atención, servicio y asesoría al cliente. 5. Encargado de la logística y desarrollo de estrategias de acuerdo a las directrices generales por la junta de socios 6. Planear, organizar ejecutar y controlar todas las actividades de la empresa. 7. Escuchar las inquietudes y subgerencias de los clientes. 8. Responder por la toma de decisiones en los aspectos operativos, administrativos y financieros de la empresa. 9. Nombrar y remover a los trabajadores bajo su dependencia de acuerdo con las normas del restaurante. 10. Atender a los proveedores y realizar control de facturas y pagos realizados. 11. Atender las solicitudes del nutricionista y contador público como asesores del restaurante. 		
Empleado	Jefe Inmediato	Analista

Fuente: CORDERO PLAZA, Ingrid María; y, NUÑEZ JAIMES, Alba Teresa

Tabla 22. Descripción perfil del Cajero

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
Nombre del cargo: Cajero	Código: Pac-01	Fecha:
Sección: Administración	Cargo jefe inmediato: Administrador	
	No. de cargos iguales: Ninguno	
Función Principal	Atención al cliente, toma de pedidos locales, domicilio y despacho de los mismos, recibir lo los pagos, emitir factura, despedir al cliente.	
Educación	Conocimiento de mercadeo, atención al cliente, manejo de computador, manejo de software administrativo y paquete office 2013.	
Responsabilidad	Supervisión: los bienes confiados a su responsabilidad. Contactos: clientes personales y virtuales. Manejo de valores: todos los generados por la empresa en las entradas y salidas de dinero diario por atención y venta.	
Detalle de funciones		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cumplimiento de la misión y visión empresarial. 2. Cumplir con los reglamentos de la empresa. 3. Recibir, abrir y cerrar la caja todos los días. 4. Adjuntar soportes y reportar al administrador. 5. Atender al cliente de buena manera y aclararle lo que solicite respecto al servicio. 6. Responder por los activos y bienes valores que tiene a su disposición. 7. Manejar con responsabilidad los dineros que se le confían. 8. Cumplir con las demás funciones que le asigne el administrador. 		
Empleado	Jefe Inmediato	Analista

Fuente: CORDERO PLAZA, Ingrid María; y, NUÑEZ JAIMES, Alba Teresa

Tabla 23. Descripción perfil jefe de cocina

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
Nombre del cargo: Jefe de cocina	Código: Ppjc-01	Fecha:
Sección: Cocina	Cargo jefe inmediato: Administrador	
Supervisa a: Auxiliares de cocina	No. de cargos iguales: Ninguno	
Función Principal	Transformación de materias primas en alimentos preparados al gusto del cliente, ejerciendo control de todo el proceso de principio a fin.	
Educación	Estudios técnicos o tecnológicos en alta cocina del Sena.	
Responsabilidad	Supervisión: auxiliares de cocina y mesero. Contactos: administrador, auxiliares de cocina y mesero; Proveedores. Manejo de valores: electrodomésticos, utensilios de la cocina.	
Detalle de funciones		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cumplimiento de la misión y visión empresarial. 2. Cumplir con los reglamentos de la empresa. 3. Poner en marcha los procesos de cocina. 4. Revisar inventario de despensa y reportar al administrador diariamente. 5. Atender al cliente de buena manera y aclararle lo que solicite respecto al servicio. 6. Responder por los activos y bienes valores que tiene a su disposición. 7. Aplicar correctamente los procedimientos, normas y fórmulas de preparación. 8. Revisar la presentación de los platos 9. Cumplir con las demás funciones que le asigne el administrador. 		
Empleado	Jefe Inmediato	Analista

Fuente: CORDERO PLAZA, Ingrid María; y, NUÑEZ JAIMES, Alba Teresa

Tabla 24. Descripción perfil auxiliar de cocina

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
Nombre del cargo: Auxiliar de cocina	Código: Ppac-01	Fecha:
Sección: Cocina	Cargo jefe inmediato: Jefe de cocina	
Supervisa a: Ninguno	No. de cargos iguales: Dos	
Función Principal	Transformación de materias primas en alimentos preparados bajo las órdenes del jefe de cocina.	
Educación	Bachiller técnico con énfasis en cocina o equivalente por Experiencia.	
Responsabilidad	Supervisión: ninguna. Contactos: administrador, auxiliares de cocina y mesero. Manejo de valores: utensilios de cocina.	
Detalle de funciones		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cumplimiento de la misión y visión empresarial. 2. Cumplir con los reglamentos de la empresa. 3. Acatar las órdenes del jefe de cocina, los procesos de cocina. 4. Asear las instalaciones a diario. 5. Ayudar en la revisión del inventario de despensa y reportar al jefe de cocina Diariamente. 6. Responder por los activos y bienes que tiene a su disposición. 7. Aplicar correctamente los procedimientos, normas y fórmulas de preparación. 8. Revisar la presentación de los platos 9. Cumplir con las demás funciones que le asignen el administrador y el jefe de cocina. 		
Empleado	Jefe Inmediato	Analista

Fuente: CORDERO PLAZA, Ingrid María; y, NUÑEZ JAIMES, Alba Teresa

Tabla 25. Descripción perfil del Contador

Descripción de funciones		
Nombre del Cargo: Contador	Código: Rs-05	Fecha:
División: contabilidad	Departamento: contabilidad	
Sección: Contabilidad	Cargo jefe inmediato: Administrador	
Supervisar a: Ninguno	Elaborado por:	
Funciones Prestar asesoría contable y financiera a la empresa.		
Detalle de funciones - Recomendar a la gerencia medidas que favorezcan la actividad contable y legal. - Elaborar en forma mensual los estados financieros de acuerdo a las normas generalmente aceptadas. -Realizar las correcciones o ajustes necesarios para subsanar los errores encontrados.		
Habilidad		
Educación: contador con título profesional.		
Experiencia: de un a dos años en cargos similares.		
Complejidad: iniciativa para solucionar problemas operativos, recomendaciones y otros.		
Responsabilidad		
Por supervisión: revisa las operaciones contables realizada por el administrador y jefe de compras y comercialización.		
Manejo, varios: recibe cuentas de los depósitos en los bancos y los gastos.		
Esfuerzo		
Mental: alto.		
Físico: visual normal y estado visual intenso.		
Condición de trabajo		
Medio ambiente: normal.		
Riesgo: bajo.		
Empleado	Jefe Inmediato	Analista

Fuente: CORDERO PLAZA, Ingrid María; y, NUÑEZ JAIMES, Alba Teresa

Tabla 26. Descripción perfil del Mesero

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
Nombre del cargo: Mesero	Código: Ms-01	Fecha:
Sección: Administración	Cargo jefe inmediato: Administrador	
Supervisar a:	No. de cargos iguales: Dos	
Función Principal	Ejecución de labores de atención a los clientes, tomar pedidos, limpiar las mesas, recoger los platos y manejar los licores y bebidas.	
Educación	Bachiller con cursos de atención al cliente y etiqueta.	
Responsabilidad	Supervisión: ninguna. Contactos: administrador, auxiliar de cocina, cajero y clientes. Manejo de valores: utensilios de cocina, vajilla, cristalería	
Detalle de funciones		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cumplimiento de la misión y visión empresarial. 2. Cumplir con los reglamentos de la empresa. 3. Acatar las órdenes del cajero, jefe de cocina y administrador. 4. Asear las instalaciones del salón de comidas del restaurante a diario. 5. Ayudar en la revisión del inventario de la vajilla y cristalería y reportar al administrador diariamente. 6. Responder por los activos y bienes que tiene a su disposición. 7. Aplicar correctamente los procedimientos, normas y protocolos de etiqueta. 8. Revisar que los pedidos estén completos y en la cuenta igual. 9. Cumplir con las demás funciones que le asignen el administrador. 		
Empleado	Jefe Inmediato	Analista

Fuente: Propia.

Asignación salarial

El salario es pago quincenalmente. Dentro de la escala salarial este comenzara en un salario mínimo legal vigente mensual y ascenderá de acuerdo al nivel dentro de la organización.

Para determinar dicho nivel se tienen en cuenta el grado de responsabilidad por el cumplimiento de la misión y el perfil profesional requerido.

Tabla 27. Asignación salarial

Cargo	Honorarios	Asignación mensual
Administrador		\$ 1.000.000
Jefe de cocina		\$ 900.000
Auxiliar de cocina		\$ 700.000
Cajero		\$ 700.000
Mesero		\$ 700.000
Contador	\$ 700.000	
Secretaria/auxiliar		\$ 700.000

Fuente: Propia.

Cada empleado tendrá la garantía de recibir el pago de las prestaciones de ley que le corresponden. El contador devengara una suma justa por los servicios prestados y debe brindar copia a la empresa del comprobante de pago de salud y pensión.

Al sueldo de los empleados les será descontado el aporte que le corresponde por concepto de salud y pensión.

Las prestaciones sociales ordinarias se pagaran de conformidad con la ley 100 de 1993, como corresponda según el pago directo al trabajador o pago indirecto a través de instituciones oficiales y privadas como es el caso de seguridad social, I.C.B.F y SENA y Subsidio Familiar.

La dotación de calzado y overol reglamentada por medio de la ley 11 de 1984, se realizara a los trabajadores de planta que devenguen menos dos salarios mínimos legal vigente (2) SMMLV.

7.2.4. Legales

7.2.4.1. Constitución jurídica

La sociedad está constituida jurídicamente como sociedad por acciones simplificada. Como está dispuesto en la ley 1258 de 2008 dictada por el Congreso de la República de Colombia, “según el artículo 1o de dicha Ley, la sociedad por Acciones simplificadas podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solo responden hasta el monto de sus respectivos aportes y el o los accionistas no serán responsables por obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza.

A continuación, y de acuerdo con la ley 1258 de 2008, que crea la sociedad por acciones simplificada, se lista el contenido del documento de constitución de la empresa:

ARTICULO 5o. CONTENIDO DEL DOCUMENTO DE CONSTITUCION. La sociedad por acciones simplificada se creara mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, en el cual se expresara cuando menos lo siguiente:

1o. Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.

2o. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”; o de las letras S.A.S.;

3o. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.

4o. El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.

5o. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

6o. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.

7o. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

PARAGRAFO 1o. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado.

PARAGRAFO 2o. Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.

Para una S.A.S. el documento privado de constitución debe ser presentado personalmente por sus otorgantes ante cámara de comercio o en notaría.

Se deben tener en cuenta los siguientes requerimientos para el funcionamiento del restaurante:

- Inscribirse en el registro mercantil, la cual “es una institución de orden legal que por disposición del Gobierno Nacional llevan las Cámaras de Comercio; pero es la Superintendencia de Industria y Comercio quien determina los libros necesarios para cumplir esa finalidad, la forma de hacer las inscripciones y de las instrucciones que tiendan al perfeccionamiento de la institución.”
- Solicitar la revisión técnica por parte de bomberos, con el fin de “mejorar las condiciones de seguridad ante la posibilidad de un incendio así como crear una cultura de prevención. [... para llevarlo a cabo se debe] presentar la inscripción y el certificado de matrícula mercantil de Cámara de Comercio.”

- Paz y salvo de Sayco Sociedades de Autores y Compositores de Colombia.
- Certificado de manipulación de alimentos para todos los trabajadores.
- Licencia sanitaria.

Forma de constitución:

- Razón social. después de realizar la constitución legal y tomar la forma de persona jurídica la sociedad queda así: Restaurante GOURMET ARTESANAL S.A.S.
- Constitución Restaurante GOURMET ARTESANAL S.A.S. se constituye mediante escritura pública en la Cámara de Comercio de Cali, donde se estipulan la responsabilidad de los socios y sus aportes.
- Socios: la sociedad está constituida por dos socios: María del Socorro Caicedo Duque con cedula de ciudadanía 31.471.470 de Yumbo y José Félix Muñoz Alegría con cedula de ciudadanía 16.668.656 de Cali, ambos residentes en Cali (Valle del Cauca).
- Aportes sociales: se hace por partes iguales. \$25.000.000, cada uno. La totalidad de la inversión es de \$ 100.000.000, 50% (\$ 50.000.000) en efectivo (aportes sociales) y 50% (\$ 50.000.000) mediante préstamo bancario.
Socio uno: \$25.000.000
Socio dos: \$25.000.000
- Responsabilidad: Cada socio responde hasta por el valor de su aporte, como lo estipula la ley 1258 de 2008.
- Duración de la sociedad: indefinida.
- Representante legal: José Félix Muñoz Alegría con cedula de ciudadanía 16.668656 de Cali.

Funciones de los socios:

- Fijar objetivos, políticas y estrategias de la empresa y serán el núcleo que oriente y guie la acción de la misma en toma de decisiones.
- Establecer las normas y estatutos; estudiar y aprobar la reforma.
- Examinar, aprobar o desaprobar en fin de ejercicio y las cuentas que debe rendir la empresa, por medio de su gerente o representante legal.
- Constituir las reservas que debe hacer la sociedad e indicar su inversión provisional.
- Ordenar las acciones que correspondan a los administradores de los bienes sociales, gerente contador o cualquier persona que hubiere incumplido sus funciones o hubiere causado daño a la sociedad.
- Reunirse por lo menos una vez por año en la fecha que determinen los estatutos.
- Examinar, aprobar o reprobar los balances de fin de ejercicio, las cuentas que deben rendir los administradores, disponer de las utilidades sociales.
- Distribución de utilidades: Se hará en proporción a la parte pagada o a cuotas o partes de interés de cada uno de los socios. Para distribuir

utilidades se deberán justificar por balances reales y fidedignos, no podrán distribuirse utilidades mientras no se cubran las pérdidas de ejercicios anteriores.

Procedimiento de los trámites:

Documento de Constitución.

Requisitos para constituir una sociedad por escritura pública:

Según Cámara de Comercio de Cali, en su link <http://www.ccc.org.co/como-crear-su-empresa/registrarla-minuta-en-una-notaria> y de acuerdo como lo indica el Artículo 110 del Código de Comercio, la sociedad civil ó comercial se constituirá por escritura pública. Toda minuta deberá incluir entre otras cosas:

- El nombre y domicilio de las personas que intervengan como otorgantes. Con el nombre de las personas naturales deberá indicarse su nacionalidad y documento de identificación legal; con el nombre de las personas jurídicas, la ley, decreto o escritura de que se deriva su existencia.
- La clase o tipo de sociedad que se constituye y el nombre de la misma, formado como se dispone en relación con cada uno de los tipos de sociedad que regula el Código de Comercio. " Se prohíbe a terceros el empleo de un nombre comercial o de una marca de productos o de servicios, que sea igual o similar a un nombre comercial ya usado para el mismo ramo de negocios, salvo cuando se trata de un nombre que por ley le corresponda a una persona, caso en el cual deberán hacerse las modificaciones que eviten toda confusión que a primera vista pudiera presentarse" (Art. 607 Código de Comercio). Por lo anterior se recomienda consultar el nombre ante la Cámara de Comercio. El interesado presentará una carta solicitando la certificación de la existencia del nombre a registrar o diligenciando un formato para tal fin.
- El domicilio de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- El objeto social, esto es, la empresa o negocio de la sociedad, haciendo una enunciación clara y completa de las actividades principales. Será ineficaz la estipulación en virtud de la cual el objeto social se extienda a actividades enunciadas en forma indeterminada o que no tenga una relación directa con aquél.
- La forma de administrar los negocios sociales con indicación de las atribuciones y facultades de los administradores, y de las que se reserven los asociados, las asambleas y las juntas de socios, conforme a la regulación legal de cada tipo de sociedad.

- La época y la forma de convocar y constituir la asamblea o junta de socios en sesiones ordinarias o extraordinarias, y la manera de deliberar y tomar los acuerdos en los asuntos de su competencia.
- Las fechas en que deben hacerse los inventarios y balances generales, y la forma en que han de distribuirse los beneficios o utilidades de cada ejercicio social, con indicación de las reservas que deban hacerse.
- La forma de hacer la liquidación, una vez disuelta la sociedad, con indicación de los bienes que hayan de ser restituidos o distribuidos en especie, o de las condiciones en que, a falta de dicha indicación, puedan hacerse distribuciones en especie.
- Si las diferencias que ocurran a los asociados entre sí o con la sociedad, con motivo del contrato social, han de someterse a decisión arbitral o de amigables componedores y, en caso afirmativo, la forma de hacer la designación de los árbitros o amigables componedores.
- El nombre y domicilio de la persona o personas que han de representar legalmente a la sociedad, precisando sus facultades y obligaciones, cuando esta función no corresponda, por ley o por el contrato, a todos o algunos de los asociados.
- Las facultades y obligaciones del revisor fiscal, cuando el cargo esté previsto en la ley o en los estatutos.
- Los demás pactos que, siendo compatibles con la índole de cada tipo de sociedad, estipulen los asociados para regular las relaciones a que da origen el contrato.

Requisitos para constituir una sociedad por documento privado de acuerdo con la ley 1014 de 2006, reglamentada por el Decreto 4463 de 2006:

- Nombre, documento de identidad, domicilio y dirección de los socios.
- El domicilio social
- El término de duración o la indicación de que éste es indefinido
- Una enumeración clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier acto lícito de comercio.
- El monto del capital haciendo una descripción pormenorizada de los bienes aportados, con estimación de su valor. El socio o socios

responderá por el valor asignado a los bienes en el documento constitutivo.

- Cuando los activos destinados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.
- El número de cuotas, acciones o partes de interés de igual valor nominal en que se dividirá el capital de la sociedad y la forma en que serán distribuidas, si fuere el caso.
- La forma de administración dentro del tipo o especie de sociedad de que se trate, así como el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. A falta de estipulaciones se entenderá que los administradores podrán adelantar todos los actos comprendidos dentro de las actividades previstas.
- Declaración por parte de los constituyentes, o de sus representantes o apoderados sobre el cumplimiento de al menos uno de los requisitos señalados en el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, esto es, que cuenten con diez (10) o menos trabajadores, o con activos totales, excluida la vivienda, por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Requisitos para constituir una sociedad por acciones simplificada:

- Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

Por regla general las sociedades civiles y comerciales se constituyen por escritura pública, que debe contener los requisitos del artículo 110 del código de comercio.

Sin embargo, la ley 1014 de 2006, permitió la creación de sociedades comerciales por documento privado, siempre que al momento de su constitución cuenten con menos de 10 trabajadores y/o con activos totales, excluida la vivienda, inferiores a 500 SMLMV. Cuando se realicen aportes de bienes inmuebles, deberán necesariamente constituirse por escritura pública.

A su vez, la ley 1258 de 2008, creó las sociedades por acciones simplificadas, que son sociedades de naturaleza comercial que se crean por acto unilateral o por contrato que conste en documento privado. Cuando los activos aportados comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución se efectuará también cumpliendo dicha formalidad.

7.2.4.2. Legislación laboral

Tomando como referencia la ley 100 de 1993, en este apartado se enuncian los pagos que por obligación incurre la empresa por concepto de prestaciones sociales, y sean de pago directo o de pago indirecto, a las instituciones públicas y privadas. Mediante la ley 100 de 1993 se creó el sistema de seguridad social integral.

El sistema de seguridad social integral tiene por objeto garantizar los derechos irrenunciables de la persona y la comunidad para obtener la calidad de vida acorde con la dignidad humana, mediante la protección de las contingencias que la afecten.

El sistema comprende las obligaciones del Estado y la sociedad, las instituciones y los recursos destinados a garantizar la cobertura de las prestaciones de carácter económico, de salud y servicios complementarios, materia de esta ley, u otras que se incorporen normativamente en el futuro.

Esta ha sido modificada mediante diferentes decretos después de su fecha creación.

Tabla 28. Porcentaje de prestaciones sociales y parafiscales del empleador

Prestaciones sociales y parafiscales	Factor
Prestaciones de pago directo	
Cesantías	8,33%
Intereses de cesantías	1%
Vacaciones anuales	4,17%
Prima de servicios	8,33%
Total de prestaciones de pago directo	21,83%
Prestaciones de pago indirecto	
Seguridad social	
Aporte a E.P.S.	8,5%
Aporte a A.F.P.	12%
Aporte A.R.P. Clase III	2,436%
Aportes parafiscales	
Caja de compensación familiar	4%
SENA	2%
I.C.B.F.	3%
Total prestaciones de pago indirecto	31,936%
Total factor prestacional a cargo del patrono	53,766%

Fuente: Cartilla laboral Legis 2015.

7.3. Ambiental

La mitigación de los impactos ambientales de un proyecto involucra la minimización o eliminación de los impactos negativos y/o la intensificación de los beneficios. Por lo general la mitigación busca asegurar que los costos del proyecto no sean más grandes que los beneficios. En este sentido es importante entender el impacto ambiental desde el punto de vista económico.

La economía busca una asignación eficiente de recursos escasos con diversas alternativas de uso. En otras palabras, las elecciones deben ser hechas para maximizar la "satisfacción" o "bienestar". Entonces si se aplica la economía al tema ambiental, puede esperarse alguna comprensión sobre la conveniencia de asumir costos y generar beneficios ambientales, teniendo en mente el objetivo de aumentar el bienestar de las personas.

Impacto Ambiental y sus dimensiones

Un impacto ambiental es la suma de los efectos de corta o larga duración, de cualquier acción propuesta (o falta de acción), directa o indirectamente al ser humano y a los ambientes físicos, biológicos, sociales, económicos y culturales.

TABLA 29. Análisis medioambiental

Etap a del Proy ecto	DESCRIPCION ASPECTOS E IMPACTOS						COMPONENTE AMBIENTAL IMPACTADO				
	Actividad	Aspe cto Ambi ental	Aspect o Ambie ntal Relaci onado	Impa cto Ambi ental	Clas e	Condi ción de Opera ción	Agotamientos	Agua	Suelos	Aire	Salud
Diseño y planeación	Consulta de información secundaria sobre trabajos relacionados equiparables	Uso de energía	Carga de dispositivos electrónicos tales como portátiles, computadores de escritorio y tablet.	Afectación del recurso hídrico	Negativo	Puntual durante el diagnóstico de la oferta		X			

	Determinar las especificaciones técnicas, jurídicas y la viabilidad financiera y contable del proyecto	Uso de energía	Carga de dispositivos electrónicos pc, para consulta de bibliografía	Afectación del recurso hídrico	Negativo	Puntual durante el estudio técnico y de viabilidad		X			
Implementación y desarrollo	Área administrativa procesos y procedimientos	Uso de energía	Carga de dispositivos electrónicos tales como portátiles, computadores de escritorio y tablet.	Afectación del recurso hídrico	Negativo	Continuo durante la presentación del servicio		X			

		Uso de cartuchos de tinta para imprimir	Impresión de documentos.	Generación de residuos inorgánicos	Negativo	Continuo durante la presentación del servicio			X		
	Dotación de la cocina y menaje para servir	Uso de agua	Adecuación trampa de agua	Generación de residuos inorgánicos	Negativo	Continuo durante la presentación del servicio		X			
		Uso de cartuchos de tinta para imprimir	Impresión de documentos.	Generación de residuos inorgánicos	Negativo	Puntual durante esta actividad			X		

		Uso de energía	Carga de dispositivos electrónicos tales como portátiles, computadores de escritorio y tablet.	Afectación del recurso hídrico	Negativo	Puntual durante esta actividad		X			
		Emisiones de CO2	Transporte	Generación de gases	Negativo	Puntual durante esta actividad				X	
	Mercadeo	Uso de energía	Carga de dispositivos electrónicos tales	Afectación del recurso hídrico	Negativo	Puntual durante esta actividad		X			

			como portátiles, computadores de escritorio y tablet.								
		Emisiones de CO2	Transporte	Generación de gases	Negativo	Puntual durante esta actividad				X	
	Selección del menú y las recetas	Uso de papel	Cartas de Menú	Generación de residuos	Negativo	Puntual durante esta actividad	X				
		Uso de cartuchos de tinta para	Impresión de documentos.	Generación de residuos inorgánicos	Negativo	Puntual cada que se haga esta actividad			X		

		imprimir									
		Uso de energía	Carga de dispositivos electrónicos tales como portátiles, computadores de escritorio y tablet.	Afectación del recurso hídrico	Negativo	Puntual durante esta actividad		X			
		Emisiones de CO2	Transporte	Generación de gases	Negativo	Puntual durante esta actividad				X	
	Estandarización del menú	Uso de papel	Cartas de Menú	Generación de	Negativo	Puntual durante esta	X				

			estandarizado	residuos		actividad					
		Uso de cartuchos de tinta para imprimir	Impresión de documentos.	Generación de residuos inorgánicos	Negativo	Puntual cada que se haga esta actividad			X		
		Uso de energía	Carga de dispositivos electrónicos tales como portátiles, computadores de escritorio y tablet.	Afectación del recurso hídrico	Negativo	Puntual durante esta actividad		X			

		Emisiones de CO2	Transporte	Generación de gases	Negativo	Puntual durante esta actividad				X	
		Uso de agua	Adecuación trampa de agua	Generación de residuos inorgánicos	Negativo	Continuo durante la presentación del servicio		X			
	Puesta en marcha	Emisiones de CO2	Personal trabajando	Generación de gases	Negativo	Continuo durante la prestación del servicio				X	

Cierre o evaluación ambiental posterior	Seguimiento y control de impactos ambientales generados durante el proceso operativo del restaurante.	Uso de energía	Adoptar medidas para fomentar el uso racional y eficiente de energías alternativas según lo plantea la Ley 697 del 2001. Instalación de dispositivos para ahorro de energía	Menor afectación del recurso hídrico	Positivo	Continuo durante la presentación del servicio		X			
---	---	----------------	---	--------------------------------------	----------	---	--	---	--	--	--

			como lo son los sensores y lámparas LED. Control y seguimiento del uso de la energía								
		Uso de agua unidas sanitarias, lavado de implementos aseo y tanqu	Implementar capacitaciones educativas que instruyan al personal del restaurante y usuario	Menor afectación del recurso hídrico	Positivo	Continuo durante la presentación del servicio	x				

		es de cocina	s en su uso eficiente. Instalación de dispositivos en los lavamanos, inodoros y tanques de aseo y cocina para ahorro del agua.								
		Uso de residuos orgánicos, inorgánicos	Realizar un plan de manejo integral de residuos	Mitigación de los impactos en el ambiente	Positivo	Continuo durante la presentación del			x		

		y otros elementos	orgánicos y reciclaje	y disminuir los riesgos de patologías gástricas		servicio					
		Uso de cartuchos de tinta para imprimir informes, publicidad, menús y otros	Uso de las herramientas tecnológicas para evitar impresiones.	Menor afectación de los recursos naturales	Positivo	Continuo durante la presentación del servicio	x				
		Uso de papel	Utilizar papel	Menor afectación	Positivo	Continuo durante	X				

			ecológico	ación de los recursos naturales		e la presentación del servicio					
--	--	--	-----------	---------------------------------	--	--------------------------------	--	--	--	--	--

Fuente: Propia

En la tabla 29, Análisis medioambiental, podemos apreciar que son 3 etapas en las que está dividido este análisis, la primera etapa es diseño y planeación, donde hay dos actividades que son: Consulta de información secundaria sobre trabajos relacionados equiparables y Determinar las especificaciones técnicas, jurídicas y la viabilidad financiera y contable del proyecto en la que se involucra el aspecto ambiental a que se hace referencia, aspecto ambiental relacionado, impacto ambiental, clase, condición de operación, esto está enmarcado dentro de descripción aspectos e impactos, luego se aprecia la columna componente ambiental impactado, que enmarca agotamiento de recursos naturales, agua, suelos, aire y salud.

La segunda etapa es implementación y desarrollo donde también están los aspectos que enmarcan los ítem mencionados en el anterior párrafo y por último la etapa cierre o evaluación ambiental posterior donde también están enmarcados los ítem del primer párrafo, dentro de esta tabla podemos encontrar todo lo que involucra desarrollar un proyecto productivo y los componentes ambientales que involucra y los que son impactados que muestran los recursos naturales y la consecuencia de ellos.

7.4. Viabilidad Económica.

Este capítulo brinda información de suma relevancia para la toma de decisiones, partiendo de que lo planteado se basa en datos reales del año 2015 y que las proyecciones obedecen al comportamiento del mercado. No obstante, esta información no deja de traer consigo cierto grado de error como consecuencia de la incertidumbre propia del intento de prever el futuro.

Sin duda alguna, uno de los elementos más importantes en la viabilidad financiera es la información que se recopile de las fuentes secundarias y con base en esta las proyecciones que se hagan y permitan presentar y comprender este análisis, con base en la siguiente tabla:

Tabla 30. Información para determinar las proyecciones

Ítem	Descripción	Valor
1	Frecuencias de visitas mensuales según Cotelco	4
2	Frecuencias de visitas anuales por persona a un restaurante	48
3	Población objetivo (estrato 3,4,5 y 6) en Cali según DANE	1.203.957
4	Visitas anuales población (mínimo 1 vez por semana) 59.498	237.992
5	% población a la que Gourmet Artesanal podrá acceder	8,5 %
6	Total de visitas anuales población Gourmet Artesanal	20.230
7	Visitas mensuales	1.686
8	Visitas diarias	56
9	Turistas que visitan la ciudad según Cotelco en 2015	15.915
10	% población a la que Gourmet Artesanal podrá acceder	8,5 %
11	Total de visitas de los turistas a las que Gourmet podrá acceder	1.353
12	Tiempo de preparación de un plato	10
13	Valor promedio de un plato Gourmet Artesanal	\$ 19.000
14	Valor promedio de un postre Gourmet Artesanal	\$ 12.000
15	Valor promedio de una bebida Gourmet Artesanal	\$ 7.000
16	Consumo de un cliente al ir a un restaurante plato, postre y bebida	\$ 38.000
17	Horas diarias de preparación	8
19	Crecimiento del sector restaurantes según (DANE) anual 2015	4,1 %
20	IPC 2015 según DANE	6,77 %
21	Provisión mano de obra	21,83 %

Fuente: Propia.

La tabla 30 muestra lo siguiente: Ítem 1, la frecuencia de visitas mensuales según Cotelco una persona va a un restaurante 4 veces al mes, ítem 2, frecuencia de visitas anuales por persona a un restaurante son 48, ítem 3, población objetivo de los estratos 3, 4, 5 y 6 en Cali, según DANE son 1.203.957 personas, ítem 4, visitas anuales a un restaurante de la población mínimo 1 vez por semana 237.992, ítem 5, porcentaje estimado promedio de la población a la que el restaurante gourmet Artesanal podrá acceder 8.5 %, ítem 6, total de visitas de la población al restaurante Gourmet Artesanal 20.230, ítem 7, visitas mensuales estimado de personas que visitan el restaurante Gourmet Artesanal 1.686, ítem 8, visitas diarias estimadas de personas que visitan el restaurante Gourmet Artesanal 56, ítem 9, turistas que visitan la ciudad según estimaciones de Cotelco año 2015 son 15.915, ítem 10, porcentaje población estimada a la que el restaurante Gourmet Artesanal podrá acceder 8.5 %, ítem 11, total estimado de visitas de los turistas a las que Gourmet podrá acceder 1.353, ítem 12, tiempo estimado de preparación de un plato 10 minutos en el restaurante Gourmet Artesanal, ítem 13, Valor promedio de un plato de Gourmet Artesanal \$ 19.000, ítem 14, Valor promedio de un postre en el

restaurante Gourmet Artesanal \$ 12.000, ítem 15, valor promedio de una bebida en el restaurante Gourmet Artesanal \$ 7.000, ítem 16, Valor total del consumo de un cliente al ir al restaurante Gourmet Artesana que incluye plato, postre y bebida \$ 38.000, ítem 17, número de horas de preparación 8 horas, ítem 18, jornadas diarias requeridas de 8 horas 2, ítem 19, Crecimiento del sector de restaurantes según DANE del año 2015, 4,1%, ítem 20, IPC 2015 según DANE, 6,77 %, ítem 21, provisión de mano de obra en parafiscales 21, 83 %

La propuesta de Inversión, será analizada en el siguiente escenario:

Escenario propuesto: Dicho escenario se determina por la anterior tabla y de acuerdo a la investigación realizada, se especifica que los platos consumidos por cada cliente tienen un valor de \$ 38.000 (incluye plato \$ 19.000, postre \$ 12.000 y bebida \$ 7.000) y se determinó para realizar la evaluación financiera de este escenario que el mercado objetivo que son las personas de los estratos 3, 4, 5 y 6 de Cali que son en total 1.203.957, esta población visitan por lo menos una vez por semana un restaurante y por año son 237.992 visitas, el restaurante Gourmet Artesanal puede acceder o tener 20.230 visitas al año, al mes en 1.683 visitas y al día 56 visitas al restaurante, además debemos tener en cuenta el número de personas que visitan nuestra ciudad, que son 15.915 turistas que llegan por diversos motivos y visitan los restaurantes, el restaurante Gourmet Artesanal también está en la capacidad de capturar el paladar del 6.8 % y esto da 1.353 para un gran total de 21.916 visitas al año de estas personas.

Tabla 31. Calculo del factor salarial

Cargo	Cant.	Salario/ Honorario	Anual	Con factor
Total factor prestacional a cargo del patrono 53,766 %				
Administrador	1	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000	\$ 18.451.920
Jefe cocina	2	\$ 900.000	\$ 21.600.000	\$ 33.213.456
Auxiliar cocina	2	\$ 700.000	\$ 16.800.000	\$ 25.832.688
Cajero	2	\$ 700.000	\$ 16.800.000	\$ 25.832.688
Mesero	2	\$ 700.000	\$ 16.800.000	\$ 25.832.688
Contador	1	\$ 700.000	\$ 8.400.000	\$ -
Total			\$ 92.400.000	\$129.163.440

Fuente: Propia.

En la anterior tabla podemos observar los salarios y honorarios que devengan los empleados y trabajadores del restaurante Gourmet Artesanal, donde hay un administrador con \$ 1.000.000 al mes, dos (2) jefes de cocina con un salario de \$ 900.000 al mes para un total de \$ 1.800.000 por estos cargos, dos (2) auxiliares de cocina cada uno con \$ 700.000 para un total de \$1.400.000, igual ocurre con el cajero y el mesero y por último un contador con honorarios mensuales de \$ 700.000;

para un gran total anual de \$ 92.400.000 y con todo el valor del factor prestacional de 53,766 %, por valor de \$ 129.163.440.

Tabla 32. Inversión fija o tangible

Cantidad	Descripción	Valor
1	Electrodomésticos	\$ 9.186.400
1	Herramientas y accesorios	\$ 3.085.400
1	Muebles y enseres	\$ 1.755.000
1	Equipo de oficina	\$ 11.471.000
Total		\$ 25.497.800

Fuente: Propia.

En la tabla 32, se puede apreciar la inversión fija o tangible que en este caso será los gastos preoperativos que es con lo que la empresa empieza a funcionar, está el ítem electrodomésticos por valor de \$ 9.186.400; Herramientas y accesorios con valor de \$ 3.085.400; Muebles y enseres por valor de \$ 1.755.000 y por último equipo de oficina por valor de \$ 11.471.000, para un gran total de \$ 25.497.800

Tabla 33. Inversión diferida

Cantidad	Descripción	Valor
1	Adecuación de instalaciones	\$ 10.800.000
1	Lanzamiento y publicidad	\$ 10.800.000
1	Imprevistos	\$ 2.160.000
Total		\$ 23.760.000

Fuente: Propia

En la tabla 33, inversión diferida, se puede apreciar el primer ítem lo compone la adecuación de instalaciones por valor de \$ 10.800.000, el segundo ítem es Lanzamiento y publicidad por el mismo valor y el ultimo ítem es imprevistos con un valor de \$ 2.160.000, para un gran total de \$ 23.760.000.

Tabla 34. Total CIF

Cantidad	Elemento	Valor
1	Mano de obra indirecta	\$ 58.269.365
1	Servicios (energía, internet, plan móvil, cargo fijo agua, agua-m3, cargo fijo gas, gas-m3, arrendamiento)	\$ 83.725.956
1	Insumos de aseo	\$ 1.519.200
1	Mantenimiento de Electrodomésticos	\$ 459.320
1	Mantenimiento de Muebles, enseres y equipo de computo	\$ 661.300
1	Seguro de electrodomésticos, muebles, enseres y equipos de computo	\$ 224.124
Total		\$ 144.859.265

Fuente: Propia.

En la tabla 34, total CIF, se puede 6 ítems; el primero es mano de obra indirecta por valor de \$ 58.269.365; el segundo ítem es servicios donde están incluidos energía, internet, plan móvil de celular, cargo fijo agua, el consumo de agua, cargo fijo de gas, consumo de gas y arrendamiento por valor de \$ 83.725.956; en el tercer ítem esta insumos de aseo con un valor de \$ 1.519.200; en el cuarto ítem esta mantenimiento de electrodomésticos con valor de \$ 459.320; en el quinto ítem está el mantenimiento de muebles, enseres y equipo de cómputo por valor de \$ 661.300y en el último ítem está el seguro de electrodomésticos, muebles, enseres y equipos de cómputo por valor de \$ 224.124, para un gran total de \$ 144.859.265.

Tabla 35. Total costos de producción

Total costos de producción	
Concepto	Valor
Materias primas	\$ 126.324.994
Mano de obra directa	\$ 77.811.846
Costo unitario	\$ 12.667
CIF	\$ 144.859.265
Total	\$ 349.008.772

Fuente: Propia.

En la tabla 35, total de costos de producción, hay 3 ítems; el primero es materias primas con valor de \$ 126.324.994; el segundo ítem es mano de obra directa con valor de \$ 77.811.846; el tercer ítem es el costo unitario por valor de \$ 12.667 y el último ítem es CIF con valor de \$ 144.859.265, para un total de \$ 349.008.772.

7.5. Viabilidad Financiera

Para evaluar esta viabilidad financiera se consideraran evaluar lo siguiente: Flujo de caja, punto de equilibrio, estado de resultados, tasa interna de retorno (TIR) y valor presente neto (VPN)

- Flujo de caja: Con la ayuda de Microsoft Excel se obtuvo el flujo de caja para la propuesta de inversión evaluada en el escenario planteado. El flujo de caja presenta los valores de efectivo de los inversionistas, en este caso hay dos socios la señora María del Socorro Caicedo Duque con \$ 25.000.000 y el señor José Félix Muñoz Alegría con \$ 25.000.000 para un total de \$ 50.000.000 y un crédito con una institución bancaria con dos años de gracia por valor de \$ 50.000.000 para pagar el crédito, para un total de inversión de \$ 100.000.00. La evaluación financiera se realizó con una proyección de 10 años.
- Punto de equilibrio: Presenta el momento en que los ingresos son iguales a los egresos y es el punto donde posiblemente comienza a obtener utilidad la inversión realizada.

- El estado de resultados, también conocido como estado de ganancias y pérdidas, es un estado financiero conformado por un documento que muestra detalladamente los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha generado una empresa durante un periodo de tiempo determinado
- TIR y VPN: La tasa interna de retorno y el valor presente neto, son los indicadores financieros más importantes para quienes desean realizar la inversión y los evaluadores del proyecto, debido a que indican si el flujo de caja es favorable o desfavorable.

La propuesta de inversión, se puede aceptar si el valor presente neto es mayor que cero, lo que significa que en el momento de implementar el proyecto no se va a perder dinero, por lo menos se recupera la inversión.

RESULTADOS OBTENIDOS

Los resultados, de acuerdo con la tabla 36, que se expone a continuación muestran que los flujos de caja son positivos.

TABLA 36. FLUJO DE CAJA

Fase	Inversión					Operacional					Valor Remanente en el último Año
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Año											
Nivel de Producción	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
ENTRADAS DE EFECTIVO											
Prestamos	50		0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ingresos por concepto de ventas	820.154.000	820.154.000	820.154.000	820.154.000	820.154.000	820.154.000	820.154.000	820.154.000	820.154.000	820.154.000	820.154.000
Valor Remanente en el último año											672.568.263
TOTAL ENTRADAS EFECTIVO	820.154.050	820.154.000	820.154.000	820.154.000	820.154.000	820.154.000	820.154.000	820.154.000	820.154.000	820.154.000	820.154.000
SALIDAS DE EFECTIVO											
Inversiones basicas	774.568.263	-50.742.200	-	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Costos de operación netos de depreciación y amortización diferidos	147.859.129	147.859.129	147.859.129	147.859.129	147.859.129	147.859.129	147.859.129	147.859.129	147.859.129	147.859.129	147.859.129
Costos de Financiación	0	0	25	24	23	21	19	16	12	7	
Pago prestamos	0,00	0,00	28,89	28,89	28,89	28,89	28,89	28,89	28,89	28,89	28,89
Impuestos	133.943.773	133.943.773	133.943.768	133.943.768	133.943.769	133.943.770	133.943.770	133.943.771	133.943.772	133.943.773	
TOTAL SALIDAS EFECTIVO	1.056.371.165	231.060.702	281.802.952	281.802.951	281.802.950	281.802.949	281.802.947	281.802.945	281.802.942	281.802.938	
ENTRADAS MENOS SALIDAS	-236.217.115	589.093.298	538.351.048	538.351.049	538.351.050	538.351.051	538.351.053	538.351.055	538.351.058	538.351.062	672.568.263
FLUJO DE EFECTIVO NETO (FEN)	-236.217.115	589.093.298	538.351.048	538.351.049	538.351.050	538.351.051	538.351.053	538.351.055	538.351.058	538.351.062	

Fuente: Propia.

En la tabla 36, flujo de caja se observa que es positivo desde el año 2, en el año 1 fue negativo, por consiguiente si existe tasa interna de retorno de la inversión inicial, lo que concluye que se puede obtener un rendimiento.

Tabla 37. PUNTO DE EQUILIBRIO

Fase	Inversión					Operacional				
	1,00	2,00	3,00	4,00	5,00	6,00	7,00	8,00	9,00	10,00
Nivel de Producción	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Cv= COSTOS VARIABLES (miles \$)	2.999.864,21	2.999.864,21	2.999.864,21	2.999.864,21	2.999.864,21	2.999.864,21	2.999.864,21	2.999.864,21	2.999.864,21	2.999.864,21
UNIDADES -(miles \$)	21.583,00	21.583,00	21.583,00	21.583,00	21.583,00	21.583,00	21.583,00	21.583,00	21.583,00	21.583,00
v= COSTOS VARIABLES /UNIDAD (CV/Unidades)	138,99	138,99	138,99	138,99	138,99	138,99	138,99	138,99	138,99	138,99
PUNTO DE EQUILIBRIO EXPRESADO EN UNIDADES - $x=F/(p-v)$										
F = COSTOS FIJOS - (miles \$)	147.435.270,10	147.435.270,10	147.435.295,45	147.435.294,39	147.435.293,01	147.435.286,11	147.435.283,78	147.435.280,74	147.435.276,80	147.435.271,67
p= Precio Unitario	38.000,00	38.000,00	38.000,00	38.000,00	38.000,00	38.000,00	38.000,00	38.000,00	38.000,00	38.000,00
v= COSTOS VARIABLES /UNIDAD (CV/Unidades)	138,99	138,99	138,99	138,99	138,99	138,99	138,99	138,99	138,99	138,99
Pto de Equilibrio Expresado en Unidades										
$x=F/(p-v)$	3.894.118,99	3.894.118,99	3.894.119,66	3.894.119,63	3.894.119,59	3.894.119,41	3.894.119,35	3.894.119,27	3.894.119,16	3.894.119,03
PUNTO DE EQUILIBRIO EXPRESADO EN TERMINO DE VENTAS - $I=p[F/(p-v)]$ (Millones)										
F = COSTOS FIJOS - (miles \$)	147.435.270,10	147.435.270,10	147.435.295,45	147.435.294,39	147.435.293,01	147.435.286,11	147.435.283,78	147.435.280,74	147.435.276,80	147.435.271,67
p= Precio Unitario	38.000,00	38.000,00	38.000,00	38.000,00	38.000,00	38.000,00	38.000,00	38.000,00	38.000,00	38.000,00
v= COSTOS VARIABLES /UNIDAD (CV/Unic	138,99	138,99	138,99	138,99	138,99	138,99	138,99	138,99	138,99	138,99
Pto de Equilibrio Expresado en Term de Vtas - $I=p[F/(p-v)]$										
$I=p[F/(p-v)]$	147.976.521,46	147.976.521,46	147.976.546,91	147.976.545,84	147.976.544,45	147.976.537,53	147.976.535,19	147.976.532,14	147.976.528,18	147.976.523,04
TASA DE UTILIZACIÓN DE LA CAPACIDAD EN EL PUNTO DE EQUILIBRIO - $NU=F/(IQ-VQ)$ (%)										
F = COSTOS FIJOS - (miles \$)	147.435.270,10	147.435.270,10	147.435.295,45	147.435.294,39	147.435.293,01	147.435.286,11	147.435.283,78	147.435.280,74	147.435.276,80	147.435.271,67
IQ= INGRESOS POR VTAS CAPAC.TOTAL	820.154.000,00	820.154.000,00	820.154.000,00	820.154.000,00	820.154.000,00	820.154.000,00	820.154.000,00	820.154.000,00	820.154.000,00	820.154.000,00
IV= COSTOS VARIABLES CAPAC.TOTAL	2.999.864,21	2.999.864,21	2.999.864,21	2.999.864,21	2.999.864,21	2.999.864,21	2.999.864,21	2.999.864,21	2.999.864,21	2.999.864,21
Tasa Utilizac. Capac. En el Pto de Equilibrio - $NU=F/(IQ-VQ)$ (%)	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18

Fuente: Propia.

La tabla muestra 37, punto de equilibrio muestra que siempre desde el primer año hay en el negocio, por consiguiente es muy atractivo para los inversionistas que no tienen que esperar a que haya un punto de equilibrio y desde allí empezar a recibir utilidades.

Tabla 38. ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS O ESTADO DE RESULTADOS

(Millones del año 1)

Fase	Inversión					Operacional					
	Año	1,00	2,00	3,00	4,00	5,00	6,00	7,00	8,00	9,00	10,00
Nivel de Producción		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Ingresos por Concepto de Ventas Mas Otros Ingresos		820.154.000,00	820.154.000,00	820.154.000,00	820.154.000,00	820.154.000,00	820.154.000,00	820.154.000,00	820.154.000,00	820.154.000,00	820.154.000,00
Menos Costos de Operación y de Financiación Menos Otros Egresos		150.435.134,31	150.435.134,31	150.435.159,66	150.435.158,59	150.435.157,21	150.435.150,32	150.435.147,98	150.435.144,95	150.435.141,00	150.435.135,87
Utilidad Antes de Impuestos		669.718.865,69	669.718.865,69	669.718.840,34	669.718.841,41	669.718.842,79	669.718.849,68	669.718.852,02	669.718.855,05	669.718.859,00	669.718.864,13
Menos Impuestos (35%)		133.943.773,14	133.943.773,14	133.943.768,07	133.943.768,28	133.943.768,56	133.943.769,94	133.943.770,40	133.943.771,01	133.943.771,80	133.943.772,83
Utilidad Neta		535.775.092,56	535.775.092,56	535.775.072,28	535.775.073,13	535.775.074,23	535.775.079,75	535.775.081,61	535.775.084,04	535.775.087,20	535.775.091,30
Menos Dividendos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidades no Repartidas		535.775.092,56	535.775.092,56	535.775.072,28	535.775.073,13	535.775.074,23	535.775.079,75	535.775.081,61	535.775.084,04	535.775.087,20	535.775.091,30
Utilidades no Repartidas Acumuladas (Reservas)		535.775.092,56	1.071.550.185,11	1.607.325.257,39	2.143.100.330,51	2.678.875.404,74	3.214.650.484,49	3.750.425.566,10	4.286.200.650,14	4.821.975.737,34	5.357.750.828,64

La tabla 38, Estado de resultados, presenta un informe sano, limpio en su ejecución y con unos ingresos por concepto de ventas de los productos del restaurante que permiten los descuentos naturales y de ley de este estado y se refleja unas utilidades que son positivas para los inversionistas y el negocio.

Tabla 39. VPN y TIR.

Tasa Esperada del Inversionista	12%
Valor presente Neto	\$ 2.390.676.199,97
Tasa Interna de Retorno	243,12%
Costo / Beneficio	12,34
TIRM	48,07%
Flujo de Caja Perpetuo sin Crecimiento	446.479.218.674

Fuente: Propia.

La tabla 39, VPN y TIR, nos muestra que la tasa esperada del inversionista es superada y esto es buen síntoma de la inversión, el VPN es positivo y trayendo los resultados de la inversión del futuro al presente se ve que lo multiplico ampliamente, además la tasa interna de retorno especifica que la inversión que se realizó la multiplica al 243,12 % y el costo/beneficio nos indica que por cada peso invertido en este proyecto nos devuelve \$ 12,34.

8. Conclusiones – Recomendaciones

- **Conclusiones**

Luego de los resultados obtenidos en los respectivos análisis, es posible concluir:

- La viabilidad de este proyecto es positiva en su parte técnica, legal, y en la parte financiera.
- Desde la parte técnica se estructuro toda la parte de ingeniería y administrativa y cumple con los parámetros para implementar totalmente y con éxito esta parte, se presentaron los insumos de cada producto y en la parte administrativa se construyó una misión, visión, políticas de compras, ventas y de contratación
- Desde la parte legal y/o jurídica, se enumera y explica que leyes tienen que ver con el sector de restaurantes y se explica en forma detallada como crear la empresa y su constitución jurídica.

- **Recomendaciones**

Impacto social. Como lo que se busca es un beneficio social, económico y ambiental en su entorno, se hacen las siguientes aseveraciones:

- Todos los empleados de la empresa serán mujeres cabeza de familia emulando a la competencia Crepes y Waffles, esta es una forma de reconocer lo vulnerable que es la mujer en nuestro país y con esta medida se le quiere dar una ayuda que posiblemente repercuta en las decisiones de contratación de otras empresas.
- Aportar para crear un fondo de empleados que permita que los empleados disfruten de sus beneficios y servicios.
- Crear un círculo de amigos del medio ambiente en donde se recopilen y se implementen acciones de impacto ambiental para el entorno de la empresa.
- Participar enviando un delegado de la empresa para el cuadrante de la policía que ayude a prevenir el peligro.
-

Bibliografía

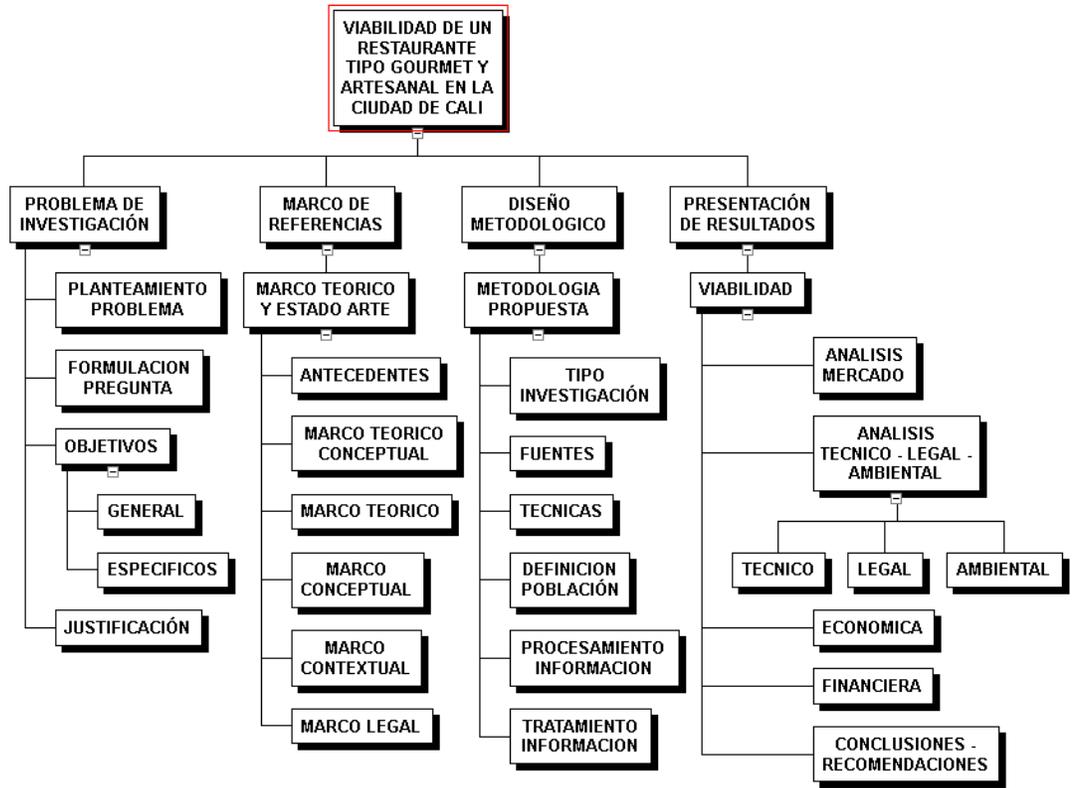
- Alcaldía de Cali. (2014). *Cali comovamos, Informe de la feria de Cali año 2014*.
- Alvarez, S. (2011). *Historia de la Gastronomía*.
- American Psychological Association. (2010). *Manual de publicaciones de la American Psychological Association* (Sexta ed.). México D.F.: Editorial El Manual Moderno.
- Cali destino Gastronomico. (26 de Abril de 2016). *El Pueblo*.
- Chandler, A. (1962). *Planeación Estratégica*.
- Corpes de occidente. (2015). *Proyecciones 2015*.
- DANE. (2005). *Censo 2005 - Proyeccion Poblacional 2012*.
- Drucker, P. (1974). *La Sociedad Post Capitalista*.
- ENSIN. (2010). *Obesidad*.
- FAO. (2012).
- FAO. (2012). *Problemas de Malnutricion y Obesidad*.
- FAO, Agencia Española de Cooperacion Española. (2012). *Seguridad Alimentaria y Nutricional: Conceptos Basicos del Programa Especial Para la Seguridad Alimentaria PESA . Centroamerica* .
- Haro, M. d. (s.f.). *El Club del Gormet*.
- Henao, J. D. (2009). *Investigacion Gastronomica del Valle del cauca*.
- Heritage, T. A. (s.f.). *Principios Militares*.
- ICBF. (2010). *Obesidad*.
- Icontec. (NR). *Norma Tecnica Colombia NTC 1486: documentación, presentación de tesis, trabajos de grado y otros trabajos de investigación*. Bogotá D.C.
- Jaramillo, L. (2008). *Definicion de Emprendimineto por Competencias*.
- Maitres de Aragon. (2015). *Areas de la cocina de un restaurante. Foro Areas de la cocina de un restaurante*.
- Mazo, S. (2012).
- Mintzberg, H. (2012). *Planeación Estratégica*.
- Naciones Unidas-OMS-FAO. (2013). *Acciones de Prevencion Obesidad*.
- Naciones Uniodas-OMS-FAO. (2013). *Acciones Preventivas para la Obesidad*.

- Neufeld Lunnette, R. M. (2011). *Nutrición en Colombia Estrategia de Pais 2011-2014*.
- Neufeld Lunnette, Rubio Mónica, Pinzón Leonardo y Tolentino Lizbeth-BID. (s.f.). *Nutricion en Colombia Estrategia de Pais 2011-2014*.
- Neufeld, I., Rubio, M., Pinzon, L., & Tolentino, L. (2011). *Nutricion en Colombia: Eswtrategias de Pais 2011-2014*.
- OMS. (2013).
- OMS. (2013). *Guia Malnutricion y Obesidad*.
- OMS. (2013). *Obesidad Informe 2013*.
- OMS. (2013). *Sobrepeso*.
- Real Academia de la Lengua Española. (2008). *Diccionario*.
- Real Academia de la Lengua Española. (2014). *Diccionario de la Real Academia de la Lengua*.
- Real Academia Española. (2014). *El Diccionario de la Lengua Española*.
- Reyniere de la, G. (Siglo XVIII).
- SENA. (2011). *Plan Estrategico SENA 2011-2014 con vision2020" SENA de clase mundial"*. Bogotá.
- SENA. (s.f.). *Plan Estrategico SENA 2011-2014 con vision 2020 SENA de clawe mundial*.
- UNICEF. (2008). *Glosario de Terminos de Nutricion*.
- UNICEF-OMS. (2012). *Desnutricion*.
- Varela, R. (1997). *Evaluación Económica de Proyectos de Inversion*. Cali: Iberoamerica.

•

A. Anexos

Anexo 1. Estructura de Desglose de Trabajo – Cronograma.



Anexo 1. Cronograma de Actividades – Metodología Aplicada

