

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE
DEDICADO A LA PREPARACIÓN DE COMIDAS A BASE DE PESCADOS Y
MARISCOS, EN EL MUNICIPIO DE YUMBO VALLE DEL CAUCA

DIANA MARITZA VELASCO GUTIÉRREZ
JESÚS ARNOLD TORO REINA
SONIA CRISTINA PATIÑO GAVIRIA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2013

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE
DEDICADO A LA PREPARACIÓN DE COMIDAS A BASE DE PESCADOS Y
MARISCOS, EN EL MUNICIPIO DE YUMBO – VALLE DEL CAUCA

DIANA MARITZA VELASCO GUTIÉRREZ
JESÚS ARNOLD TORO REINA
SONIA CRISTINA PATIÑO GAVIRIA

Trabajo de Grado para Optar al Título de Administrador de Empresas

Directora de Proyecto
SANDRA LUCY CARDONA

Asesor
CESAR RICARDO KLINGER RODRÍGUEZ
Administrador de Empresas, Diplomado en Gestión del talento Humano, Asesor de
E Marketing y Posicionamiento Web, Redes Sociales.

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI

2013

Nota de aceptación

Proyecto de Grado aprobado por la Facultad de Ciencias Empresariales de la Fundación Universitaria Lumen Gentium, valido como requisito parcial para optar al Título de Administrador de Empresas

PRESIDENTE DEL JURADO

JURADO

JURADO

Santiago de Cali diciembre de 2013.

PÁGINA DE DEDICATORIA

Dedico este proyecto de grado a mis padres, que con su amor, paciencia y su apoyo hizo que se cumpliera uno de mis sueños; a mi familia y amigos, porque han estado conmigo en todo momento, por ese apoyo incondicional y porque me han dado fuerzas para seguir adelante.

“No permitas que nadie diga que eres incapaz de hacer algo, ni si quiera yo. Si tienes un sueño, debes conservarlo. Si quieres algo, sal a buscarlo, y punto. ¿Sabes?, la gente que no logra conseguir sus sueños suele decirles a los demás que tampoco cumplirán los suyos" (Will Smith)

DIANA MARITZA VELASCO GUTIÉRREZ

Este Proyecto de grado es una parte de mi vida y comienzos de otras etapas por esto y más, la dedico a Dios, mis padres y a las personas que de una u otra forma estuvieron colaborándonos, a esté unos de mis sueños entre otros.

“Lo que hoy es utópico mañana es real. Mundos posibles. La utopía es lo que ha conducido a que seamos posibles” (Jerome Bruner).

SONIA CRISTINA PATIÑO GAVIRIA

Este Proyecto de grado es el resultado de tu fidelidad Dios, siendo mí bendición y mi guía constante para alcanzar este nuevo logro en mi vida. A mi familia, por brindarme su apoyo y motivación para culminar este proceso.

JESÚS ARNOLD TORO REINA

AGRADECIMIENTOS

Le agradezco a Dios por haberme guiado y acompañado a lo largo de toda mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad. Le doy gracias a mis padres por haberme inculcado los valores necesarios para mi formación, al igual de su apoyo brindado, y a mis hermanos y demás familiares que estuvieron conmigo.

DIANA MARITZA VELASCO GUTIÉRREZ

Le agradezco a Dios por ser mi apoyo, mi luz y mi camino, por haberme guiado en todo este proceso de académico, le doy gracias a mi esposo por su respaldo y sus palabras de ánimo para seguir adelante en esos momentos de debilidad, a mis padres y demás familiares que de una forma u otra estuvieron acompañándome en mi carrera.

SONIA CRISTINA PATIÑO GAVIRIA

Le agradezco a Dios por haberme permitido llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional, a mis padres por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional.

JESÚS ARNOLD TORO REINA

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	17
1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	20
1.1 TÍTULO DEL PROYECTO	20
1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....	20
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	20
1.3.1 Formulación del Problema.	23
1.3.2 Sistematización del Problema.....	23
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
1.4.1 Objetivo General.	24
1.4.2 Objetivos Específicos.....	24
1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
1.5.1 Referente Teórico.	27
1.5.2 Referente Conceptual.	31
1.5.3 Referente Contextual.	34
1.5.4 Referente Legal.....	34
1.6 ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	35
1.6.1 Tipo de Estudio.	35
1.6.2 Método de Investigación.	35
1.6.3 Método de Recolección de información.	36
1.6.4 Fuentes de información.....	36
1.6.5 Tratamiento de la información.....	37
1.6.6 Resultado Esperados.....	39
2. ESTUDIO DE MERCADO.....	40
2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR	41
2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO	43
2.2.1 Análisis de la demanda.	43
2.2.2 Análisis de la Oferta.	44
2.3 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO.....	48
2.3.1 Clientes.....	48

2.3.2	Competencia.....	48
2.3.3	Plan de Mercadeo.....	50
2.4	ESTRATEGIA DE PRECIOS	51
2.5	ESTRATEGIA DE VENTA.....	52
2.5.1	Ambientación.....	54
2.5.2	La Carta.....	55
2.5.3	Horarios de Atención.....	59
2.5.4	Nombre del Restaurante.....	59
2.5.5	Logo.....	60
2.5.6	Slogan.....	60
2.6	ESTRATEGIA PROMOCIONAL.....	61
2.7	ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN.....	62
2.8	POLÍTICAS DE SERVICIOS	62
2.9	TÁCTICAS DE VENTAS	63
2.9.1	Táctica Efectiva 1 La Venta Sugerente.....	63
2.9.2	Táctica Efectiva 2 El Servicio al Cliente.....	64
3.	ESTUDIO TÉCNICO.....	65
3.1	INGENIERÍA DEL PROYECTO	65
3.1.1	El Producto.....	65
3.2	METODOLOGÍA PARA EL ESTUDIO DE LA INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	70
3.2.1	Ámbito del Proyecto.....	70
3.2.2	Tamaño del Proyecto.....	70
3.2.3	Selección de la Maquinaria y Equipos Requeridos.....	71
3.2.4	Los Edificios, Estructuras y Obras de Ingeniería Civil.....	74
3.3	DIAGRAMAS Y PLANES DE DESARROLLO.....	74
3.3.1	Plan Funcional General.....	74
3.3.2	Tecnología.....	80
3.3.3	Selección del Equipo.....	81
3.3.4	Calculo de Cantidades de Materia Prima e Insumos.....	82

3.4	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	82
3.5	MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	83
3.5.1	Fuentes de Materias Prima.....	84
3.6	MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	89
3.6.1	Tipo de Edificio.....	90
3.6.2	Policía.....	91
3.6.3	Bomberos.....	91
3.6.4	Cercanía al Aeropuerto.....	91
3.6.5	Área Requerida y Forma del Sitio.....	91
3.6.6	Disponibilidad de Restaurantes.....	92
3.6.7	Recolección de Basuras y Residuos.....	92
3.6.8	Impuestos.....	93
3.6.9	Otros contaminantes.....	93
4.	ANÁLISIS ORGANIZACIONAL.....	94
4.1	DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	94
4.2	MISIÓN.....	94
4.3	VISIÓN.....	95
4.4	VALORES CORPORATIVOS.....	95
4.5	FILOSOFÍA DE TRABAJO.....	96
4.6	COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES.....	98
4.7	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	99
4.7.1	Distribución de cargos.....	100
4.8	ANÁLISIS DE CARGOS.....	101
4.9	MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL.....	105
4.10	PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL.....	107
4.10.1	Solicitud de Empleo.....	107
4.10.2	Entrevista.....	107
4.10.3	Exámenes.....	107
4.11	CONTRATACIÓN DEL PERSONAL.....	107
4.11.1	Inducción de personal.....	109

4.11.2	Proceso de capacitación y entrenamiento del personal.	110
4.11.3	Programa de incentivos.....	111
4.12	ESTRUCTURA LEGAL.....	112
4.12.1	Tipo de Sociedad.....	112
4.12.2	Obligaciones Tributarias.....	114
4.12.3	Restricciones Legales.	115
4.12.4	Patentes y registros de funcionamiento.....	116
4.12.5	Registro de la empresa.	117
4.12.6	Contratación del personal.....	117
4.12.7	Respeto y Cuidado del Medio Ambiente.	118
5.	ESTUDIO FINANCIERO Y ECONÓMICO	119
5.1	INVERSIÓN INICIAL	119
5.1.1	Depreciación.	121
5.2	BALANCE INICIAL.....	121
5.2.1	Balance Inicial Sin Financiación.....	121
5.2.2	Balance Inicial Con Financiación.	123
5.3	PARÁMETROS BÁSICOS	124
5.3.1	Parámetros Económicos.	124
5.3.2	Parámetros Laborales.....	125
5.3.3	Parámetros Cargos y Salarios.	125
5.3.4	Parámetro Recaudo y Pagos.	126
5.3.5	Parámetros Gastos de Administración.....	127
5.3.6	Parámetros Gastos de Ventas.	127
5.3.7	Parámetros de Costos.	128
5.3.8	Amortización en pesos.....	129
5.3.9	Leasing en pesos.....	129
5.3.10	Proyección de costos total.....	132
5.3.11	Demanda.....	133
5.3.12	Proyección gastos de administración y de ventas.....	134
5.3.13	Proyección de nómina.	135

5.3.14	Proyección de ventas y costos en pesos.....	136
5.3.15	IVA.....	136
5.4	ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN EN PESOS	136
5.5	ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN EN PESOS	136
5.6	FLUJOS DE CAJA.	141
5.7	BALANCE GENERAL PROYECTADO	144
5.7.1	Balance General Proyectado sin Financiación.....	144
5.7.2	Balance General Proyectado Con Financiación.....	145
5.8	INDICADORES FINANCIEROS	146
5.9	ANÁLISIS VERTICAL Y HORIZONTAL	149
5.10	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	166
5.11	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	167
6.	CONCLUSIONES	168
7.	BIBLIOGRAFÍA.....	169
8.	ANEXOS.....	172

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Fuentes primarias (Fp) y Fuentes secundarias (Fs).....	38
Cuadro 2. Competencia Directa.....	49
Cuadro 3. Competencia Indirecta Conformada por Restaurantes de Competencia Indirecta Conformada por Restaurantes de Mantel	49
Cuadro 4. Tabulados de ingredientes y costos por modalidad de los platos (Arroz con Camarón)	67
Cuadro 5. Tabulados de ingrediente y costos por modalidad de los platos (Bagre en Salsa).....	68
Cuadro 6. Tabulados de ingrediente y costos por modalidad de los platos (Cazuela de Mariscos)	68
Cuadro 7. Tabulados de ingrediente y costos por modalidad de los platos (Mojarra Frita)	69
Cuadro 8. Tabulados de ingrediente y costos por modalidad de los platos (Trucha Marinera)	69
Cuadro 9. Comportamiento de la demanda	71
Cuadro 10. Costo Total de Maquinaria	72
Cuadro 11. Descripción de equipo	73
Cuadro 12. Costo Total de Tecnología	80
Cuadro 13. Descripción de tecnología	81
Cuadro 14. Nomina en Pesos	85
Cuadro 15. Distribución de cargos Administrador.....	101
Cuadro 16. Distribución de cargos Cocineros.....	102
Cuadro 17. Distribución de cargos – Meseros	103
Cuadro 18. Distribución de cargos – Cajero	104
Cuadro 19. Formato de Requisición del Personal.....	105
Cuadro 20. Inversión inicial en pesos	120
Cuadro 21. Depreciación en pesos.....	121

Cuadro 22. ¿Balance inicial sin financiación en pesos	122
Cuadro 23. Balance inicial con financiación en pesos	123
Cuadro 24. Parámetros Económicos	124
Cuadro 25. Parámetros laborales	125
Cuadro 26. Parámetros Cargos y Salarios	126
Cuadro 27. Parámetros Recaudo y Pagos	126
Cuadro 28. Parámetros Gastos de Administración	127
Cuadro 29. Parámetros Gastos de Ventas	128
Cuadro 30. Parámetros de Costos.....	128
Cuadro 31. Tabla de Amortización en pesos	130
Cuadro 32. Leasing en pesos	131
Cuadro 33. Proyección de costos totales.....	132
Cuadro 34. Demanda de Producción.....	133
Cuadro 35. Proyección gastos de Administración y de Ventas.....	134
Cuadro 36. Proyección de Nomina de Administración y Producción	135
Cuadro 37. Proyección de Ventas y Costos en pesos	137
Cuadro 38. IVA	138
Cuadro 39. Estado de Resultados Sin Financiación en Pesos	139
Cuadro 40. Estado de Resultados con Financiación en Pesos	140
Cuadro 41. Flujo de caja con financiación	142
Cuadro 42. Flujo de caja sin financiación	143
Cuadro 43. Balance general proyectado sin financiación	144
Cuadro 44. Balance general proyectado con financiación	145
Cuadro 45. Indicadores financieros sin financiación	147
Cuadro 46. Indicadores financieros con financiación.....	148
Cuadro 47. Análisis Vertical del Balance general proyectado sin Financiación en pesos.	151
Cuadro 48. Análisis Vertical del Balance general proyectado con Financiación en pesos	158

Cuadro 49. Análisis Vertical del Estado de Resultados Sin Financiación en Pesos	159
Cuadro 50. Análisis Vertical del Estado de Resultados con Financiación en Pesos	160
Cuadro 51. Análisis Horizontal del Balance General Proyectado Sin Financiación en Pesos.....	161
Cuadro 52. Análisis Horizontal del Balance General Proyectado con Financiación en Pesos.....	162
Cuadro 53. Análisis Horizontal del Estado de Resultados Sin Financiación en Pesos.....	164
Cuadro 54. Análisis Horizontal del Estado de Resultados con Financiación en Pesos.....	165
Cuadro 55. Punto de equilibrio.....	166
Cuadro 56. Punto de equilibrio.....	167
Cuadro 57. Promedio.....	173
Cuadro 58. Sexo	174
Cuadro 59. Estrato.....	174
Cuadro 60. Interés Por un Restaurante de Mariscos en Yumbo.....	180

LISTA DE IMAGENES

Imagen 1. Escala de las necesidades de Maslow.....	28
Imagen 2. Esquema Mental del triple Resultado.....	31
Imagen 3. Vestimenta Personal.	54
Imagen 4. Acuario.	55
Imagen 5. Medidas del Acuario.....	55
Imagen 6. Arroz Con Camarón.	56
Imagen 7. Bagre en Salsa.	57
Imagen 8. Cazuela de Mariscos.....	57
Imagen 9. Mojarra Frita.....	58
Imagen 10. Trucha Marinera.....	58
Imagen 11. Diseño del Menú.	58
Imagen 12. Logo del Restaurante.....	60
Imagen 13. Publicidad en Facebook.....	62
Imagen 14. Mapa Referencial de ubicacioón.	83
Imagen 15. Medios de Transportes de Yumbo.	86
Imagen 16. Mapa Del Municipio De Yumbo.....	90

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Diagramas de flujo de procesos de Recepción de Alimentos	75
Figura 2. Diagramas de flujo Proceso de Cocina.....	76
Figura 3. Diagramas de flujo Proceso de Recepción del cliente	77
Figura 4. Diagramas de flujo Proceso Pago del cliente	78
Figura 5. Diagrama de flujo proceso proveedores	79
Figura 6. Plano de distribución.....	92
Figura 7. Organigrama.....	100
Figura 8. Diagrama de Distribución de Cargos	106

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Frecuencia a Restaurante.....	175
Tabla 2. Tipo de Comidas que Consume.....	176
Tabla 3. Gustos o Intereses de Alimentación.....	177
Tabla 4. Gusto por los Pescados.....	178
Tabla 5. Cuanto Pagaría Por un Plato Principal.....	179
Tabla 6. Importancia que usted le da a la Comida.....	181
Tabla 7. Elementos que influyen en la Elección de un Restaurante.	182

INTRODUCCIÓN

El municipio de Yumbo cuenta con una gran población en la cual se ve reflejado gran parte de su gastronomía en platos típicos de la región.

Dice (Alcaldía Municipal de Yumbo, 2011) que en yumbo.

Es famoso el asado de chivo y el "mondongo de chivo", a los cuales se les atribuyen cualidades afrodisíacas. Sus habitantes producen el mejor manjar blanco del Valle e infinidad de platos típicos como el masato de champús, cucas, suspiros y masitas de choclo, entre otros exquisitos platos. Y sus productos principales cultivos como la Caña de azúcar, café, algodón, maíz, sorgo y soya.

Yumbo es protagonista por haberse configurado desde mucho tiempo atrás como uno de los grandes sitios donde se ve reflejado la parte gastronómica en Colombia, este municipio recibe una gran cantidad de visitantes donde llegan desde todos los rincones del País en búsqueda de empleo y mejores oportunidades de vida; este Fenómeno ha permitido a los visitantes logren una significativa diversidad cultural, social y turística donde vale la pena ser resaltada y difundida a través de diferentes expresiones gastronómicas.

Dicen (Vanessa & Héctor, 2009).

Cuenta con extensas zonas dedicadas a la agricultura, principalmente se produce la caña de azúcar y también sorgo, maíz y soya, su mayor fuente económica está formada por su importante zona industrial, en su mecato sobresalen los deliciosos pandebono, pandeyuca y cuaresmeros. Celebra la Fiesta de San Antonio de Padua en Junio, Fiestas Aniversarias en julio y el Festival de Cometas en agosto.

Dado que se ve un municipio las fiestas anteriormente mencionadas, nos reflejan que son un sitio de atracción para todos turistas que visitan la población, no solamente por sus beneficios aduaneros y arancelarios para las empresas y empresarios, si no, también por toda su biodiversidad cultural, social, ambiental y gastronómica.

El presente proyecto de investigación pretende estudiar la viabilidad de crear un restaurante dedicado a la elaboración de platos alimenticios basados en productos de mar como ingrediente principal, en el municipio de Yumbo - Valle para lo cual se establece el planteamiento del problema, la justificación y los objetivos sustenten la esencia de su estudio. En el marco referencial se tienen en cuenta los elementos teóricos, conceptuales y contextuales donde se fundamentara la investigación, así como los aspectos metodológicos.

En el estudio de mercado como tal, se realiza un análisis gastronómico en el ámbito internacional, nacional y local, determinando así el crecimiento e impacto del sector en la economía. De la misma manera se lleva a cabo la estimación de la demanda, la descripción de la oferta, los clientes, la competencia y además se describen las herramientas del diseño de la investigación y el plan de mercadeo propuesto.

El estudio técnico permite identificar el tamaño y la localización del proyecto, así como la ciencia y los recursos necesarios para la puesta en marcha del mismo. A través de la investigación organizacional es posible determinar la estructura jerárquica del restaurante, la selección del personal apto para cada puesto de trabajo, la asignación adecuada de salarios y el desarrollo del talento humano.

Estudio financiero que contribuya de manera positiva a la identificación de la inversión necesaria, el presupuesto, estimación de costos y gastos, fuentes de

financiación y demás indicadores donde logran establecer una mayor convicción frente a la viabilidad de este proyecto.

Partiendo de los estudios mencionados, lo que se busca es demostrar la viabilidad del proyecto en los siguientes aspectos, primero cubrir la necesidad de crear un restaurante de pescados y mariscos en el municipio de yumbo, con la normatividad.

Segundo, la innovación con que se presenta el restaurante, tanto en infraestructura como en servicio al cliente.

Tercero el impacto social siendo una fuente generadora de empleo como pyme razón por la cual el presentador se apoyó en la ley 1429 del 2010 - ley de formación y generación de empleo.

Y cuarto demostrar un proyecto con sentido y responsabilidad social, teniendo en cuenta los valores y el perfil organizacional de estudiar en la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium – UNICATÓLICA.

1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 TÍTULO DEL PROYECTO

Estudio de viabilidad para la creación de un restaurante dedicado a la preparación de comidas a base de pescados y mariscos, en el municipio de Yumbo – Valle del Cauca.

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Emprendimiento.

Categoría: Formulación y evaluación de un estudio de viabilidad

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La problemática de investigación que se aborda es la falta de un restaurante de comidas a base de pescados y mariscos en el municipio de Yumbo,

Por ser un municipio industrial, la tendencia de comidas es de tipo criolla o gourmet, como plato representativo de la población está la sopa de tortilla.

A algunos les sonará extraño sopa de tortillas, y hasta de pronto se confundan con la sopa de torrijas de la región caucana, pero el yumbeño futuro recordará los almuerzos de los miércoles o los sábados, cuando en los hogares yumbeños se cocinaba la sopa de tortillas, o su pariente cercana la sopa de carantanta.

De acuerdo con (Vivas Satizábal, 2011)

Cultura también tiene que ver con cultivo, y los pueblos se alimentan de lo que da la tierra. En Yumbo lo que antaño se sembraba en los solares de las casas era el maíz, planta gramínea americana que se convirtió en la base de la gastronomía yumbeña. Alejandro Humboldt en sus escritos dice que desde el norte de lo que hoy es nuestro país, hasta un poco más adelante de Popayán, todos los platos tienen como base el maíz.

Por lo que se evidencia de que carece de una cultura de comidas a base de pescados y mariscos, debido a que hay pocos lugares que satisfagan esta demanda, esto ha llevado a que los habitantes se desplacen a otros sitios fuera del municipio de Yumbo.

También siendo Yumbo una excelente plaza de empleo, no cuenta con oportunidades frente a personas que se desempeñen en este tipo de restaurantes confrontando esta información

Según (HSBNOTICIAS.COM, 2013). En franca recuperación se encuentra economía vallecaucana. Este se refleja con más fuentes de empleo en la zona empresarial Cali Yumbo, según reveló el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas), indicando que se trata de un sector donde más creció el empleo.

La tasa de desempleo tiene los siguientes porcentajes Según (Diario Occidente, 2013)

El DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas), la tasa de desocupación entre Cali y Yumbo, para el trimestre julio septiembre de 2013 se ubicó en 13,4%, cifra inferior a la de 2012 que arrojaba una tasa del 14,2%. Estos

resultados se debieron al aumento en personal ocupado, toda vez que se generaron 44 mil nuevas plazas de trabajo. Este buen comportamiento ha sido impulsado por el sector comercio, turismo y mediana industria. Para Esteban Piedrahita, Presidente de la Cámara de Comercio de Cali “estos resultados van en consonancia con el desempeño del sector comercial y turístico, cuya demanda de productos se ha incrementado”. Entre los sectores más generadores de empleo se encuentran el comercial, el turístico y un poco más rezagado el industrial. El grueso de los nuevos empleos se generó en la categoría de empleado particular, lo que advierte mayor formalización en los trabajadores.

Pero la realidad es, las personas del municipio se ven obligadas a buscar oportunidades de empleo en otros municipios como lo son en Cali, Palmira, Tuluá, Mulaló, La Cumbre entre otras ciudades.

La mayoría de las personas son descendencia afro donde para ellos lo principal son los pescados y mariscos buscando el consumo de un buen plato preparado sin necesidad del desplazamiento a otros sitios, en busca de comodidad y bienestar familiar para complacer la necesidad que tienen en el momento de consumir pescados o mariscos o querer variar de menú saliendo de la rutina o permitiendo absorber algo saludable para el cuerpo.

Es entonces donde se encuentra una necesidad latente en cuanto el mejoramiento de un restaurante con enfoque en comidas a base de pescados y mariscos en el municipio de Yumbo.

En dicha población donde la problemática es la diversidad de platos y el servicio, el fuerte del **Restaurante Aquarium** será la venta de pescado vivo que los podemos encontrar en las instalaciones de un estanque “acuario” donde el cliente puede escoger que desea consumir y poder prepararle además de brindar el servicio de mariscos, con el respaldo que garantice la calidad del trabajo y

responder por inconvenientes futuros que estén relacionados al servicio prestado. Además en esta población carecen de un restaurante con estas cualidades.

Estas deficiencias ocasionan una inquietud de los participantes de conocer la viabilidad de la creación de un restaurante que cumpla con estas necesidades gastronómicas sentidas de la población en cuanto a deseos y motivaciones se refiere o que permite generar las herramientas necesarias para captar una gran oportunidad de negocio, y no sea nada más que un sitio donde se expenden alimentos en su forma más genérica.

1.3.1 Formulación del Problema.

¿Cuál es la viabilidad de crear un restaurante dedicado a la preparación de comidas a base de pescados y mariscos, en el municipio de Yumbo – Valle del Cauca?

1.3.2 Sistematización del Problema.

- ¿Qué aspectos se deben tener en cuenta para realizar un estudio de mercado, que permita identificar el perfil del mercado objetivo, la competencia y la aceptación del servicio?
- ¿Qué factores inciden en el desarrollo de un estudio técnico y operativo donde posibilite determinar el tamaño del proyecto, así como su localización, el tamaño para poder saber la viabilidad de la creación de un restaurante que ofrece comida de mar?
- ¿Cómo se debe realizar el diseño de la estructura organizacional, donde el empleado y el directivo permitan construir y mantener el desempeño operativo,

para el adecuado funcionamiento de un restaurante especializado en comida de mar?

- ¿Cómo plantear un estudio financiero, para conocer la rentabilidad y definir las fuentes de financiación del proyecto, presupuesto de costos, gastos y especificar los indicadores correspondientes a los resultados esperados?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo General.

Determinar la viabilidad de crear un restaurante dedicado a la preparación de comidas a base de pescados y mariscos, en el municipio de Yumbo Valle del Cauca.

1.4.2 Objetivos Específicos.

- Identificar los aspectos a tener en cuenta en un estudio de mercado así mismo como el perfil del mercado objetivo, la competencia y la aceptación del servicio.
- Realizar un estudio técnico y operativo que permita determinar el tamaño del proyecto, así como su localización, financieros y técnicos para la creación de un restaurante especializado en comida a base de pescados y mariscos.
- Definir el diseño de la estructura organizacional y legal requerida para el adecuado funcionamiento de un restaurante enfocado en a base de pescados y mariscos.

- Plantear un estudio financiero, para conocer la rentabilidad y definir las fuentes de financiación del proyecto, presupuesto de costos, gastos y especificar los indicadores correspondientes a los resultados esperados.

1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Teniendo presente el estudio realizado en el municipio de Yumbo, se arrojó como resultado que los restaurantes son muy comunes en comidas rápidas y asados, frente a la problemática que es la carencia de un restaurante de pescados y mariscos se justifica los siguientes aspectos:

A nivel social, hay pocos restaurantes que ofrecen este tipo de comidas, motivando a los habitantes a desplazarse a otros lugares para satisfacer su necesidad.

A nivel cultural, Yumbo no es un municipio fuerte en estos platos, siendo los platos tradicionales “Criollo” o Gourmet los que predominan en la población.

A nivel económico, los pocos y reconocidos restaurantes que brindan este tipo de comidas, los precios son muy costos frente a los platos tradicionales o gourmets.

La investigación propuesta busca la aplicación de los conocimientos administrativos adquiridos para la carrera de administración empresas como lo es el Lienzo de Cavas, el concepto de cadena valor entre otros conocimientos, el concepto de comida a base de pescados y mariscos no es un elemento nuevo en el mercado gastronómico mundial, sí lo es para Colombia y mucho más para el municipio de Yumbo donde gracias a su comprobada diversidad cultural fruto de ser un territorio receptor de colonias de los diferentes territorios nacionales como

resultado de su comprobada potencialidad industrial, es la capital industrial del Valle del Cauca.

La importancia de establecer la viabilidad del objeto propuesto desde el punto de vista del cliente, este encontrará en él un canal de satisfacción de las necesidades ampliamente definidas por Maslow según la escala de necesidades.

El hambre, el cansancio, el sueño, el deseo sexual, la actividad en sí, constituyen presiones fisiológicas de base somática, o sea, las necesidades fisiológicas más comúnmente encontradas. Son las más importantes de todas las necesidades fundamentales y pueden servir de canales para todas las otras necesidades. Así, una aparente necesidad de alimento (hambre) puede ser, en realidad, una necesidad de confort o de dependencia. Por otro lado, la necesidad de alimentación puede ser satisfecha, en parte, por otras actividades, como beber agua o fumar cigarrillos. Cuando todas las necesidades humanas están satisfechas, la mayor motivación será la de las necesidades fisiológicas. El comportamiento tendrá la finalidad de encontrar alivio. (Maslow, 1991)

Por la que estarían por encima de satisfacer las necesidades primarias de alimentación; para ser parte de un restaurante con enfoque en comidas a base de pescados y mariscos, gozar de los beneficios de ser miembro y de participar en actividades gastronómicas selectas, proporcionará a los individuos un grado de selectividad o distinción social.

En la práctica y en concordancia con los objetivos de la investigación, el resultado permitirá reducir la incertidumbre del panorama comercial, social, legal, financiero y demostrar la viabilidad del objeto propuesto, suministrando así a los socios del proyecto los elementos de juicio necesarios para dar el paso al emprendimiento.

En el desarrollo de este trabajo se tendrán en cuenta aspectos desarrollados en el marco teórico, tales como la investigación de mercados, mercadeo, comportamiento del consumidor, comunicación y metodología, financiero costos, tributario y gran parte de ellas no dejan de lado aquellas herramientas innovadoras existentes en el mercado, con el propósito de que las pequeñas, medianas y grandes empresas las utilicen y sean más productivas y eficientes de manera interna y externa.

1.5.1 Referente Teórico.

Para el desarrollo de la investigación del proyecto se aplicaron las siguientes teorías:

El Emprendimiento: el emprendimiento es un término últimamente muy utilizado en todo el mundo. Aunque el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es inherente a ésta, en las últimas décadas, éste concepto se ha vuelto de suma importancia, ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos.

Según (Gerencie, 2013)

El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores. Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la “estabilidad” económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, más aun sí se tiene en cuenta que el empresario

no siempre gana como si lo hace el asalariado, que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir.

Según lo comentado anteriormente, el emprendimiento se verá aplicado en el desarrollo del proyecto en el grado de innovación al momento de colocar en marcha el restaurante, aplicación de nuevas tendencias de servicio al cliente, procesos tanto administrativos como operativos, sin dejar que el proyecto tienda a decaer por las circunstancias que puedan pasar a futuro.

La escala de necesidades de Abraham Maslow

La jerarquía de necesidades de Maslow o Pirámide de Maslow es una teoría psicológica propuesta por Abraham Maslow en su trabajo de 1943 Una teoría sobre la motivación humana, posteriormente ampliada. Maslow formuló una jerarquía de las necesidades humanas y su teoría defiende que conforme se satisfacen las necesidades básicas, los seres humanos desarrollamos necesidades y deseos más elevados. (Maslow, 1991)

Imagen 1. Escala de las necesidades de Maslow.



Fuente: (Maslow, 1943)

La pirámide de Maslow:

Necesidades fisiológicas básicas. Son necesidades fisiológicas básicas para mantener la homeostasis, dentro de estas se incluyen:

- Necesidad de respirar
- Necesidad de beber agua
- Necesidad de dormir
- Necesidad de regular la homeostasis (ausencia de enfermedad)
- Necesidad de comer
- Necesidad de liberar desechos corporales
- Necesidad sexual

Se puede decir que la alimentación es un factor fundamental en la salud del ser humano, no se trata solo de cumplir una necesidad fisiológica sino que se trata de proporcionar un alimento saludable y nutritivo como es el pescado y los mariscos.

(Infoalimentacion, 2013) afirma:

El pescado constituye una fuente importante de nutrientes y contribuye a una dieta equilibrada y saludable. Los pescados, en general, presentan un contenido calórico bajo, son buenas fuentes de proteínas de alto valor biológico, aportan vitaminas tanto hidrosolubles como liposolubles así como algunos minerales. Además, muchas especies son ricas en ácidos grasos poliinsaturados omega-3, cuyo beneficio para la salud cada vez es más patente. Los Mariscos (aproximadamente el 2% de la fracción comestible): almeja, cigala, gamba, mejillón, centollo. Las grasas de muchas especies, principalmente de pescado azul, se caracterizan por su composición en ácidos grasos poliinsaturados omega.3, y en concreto ácido docosahexaenoico (DHA) y ácido

eicosapentaenoico (EPA), que en la actualidad se relacionan con la disminución de los factores de riesgo de enfermedades cardiovasculares.

La comida de mar como pescados y mariscos se convierten en un nutriente beneficioso a nuestro organismo puesto que contiene un alto nivel de grasas poliinsaturadas que son esenciales en nuestra alimentación puesto que nuestro organismo no puede sintetizarlas por sí mismo y necesita adquirirlas por medio de algún alimento.

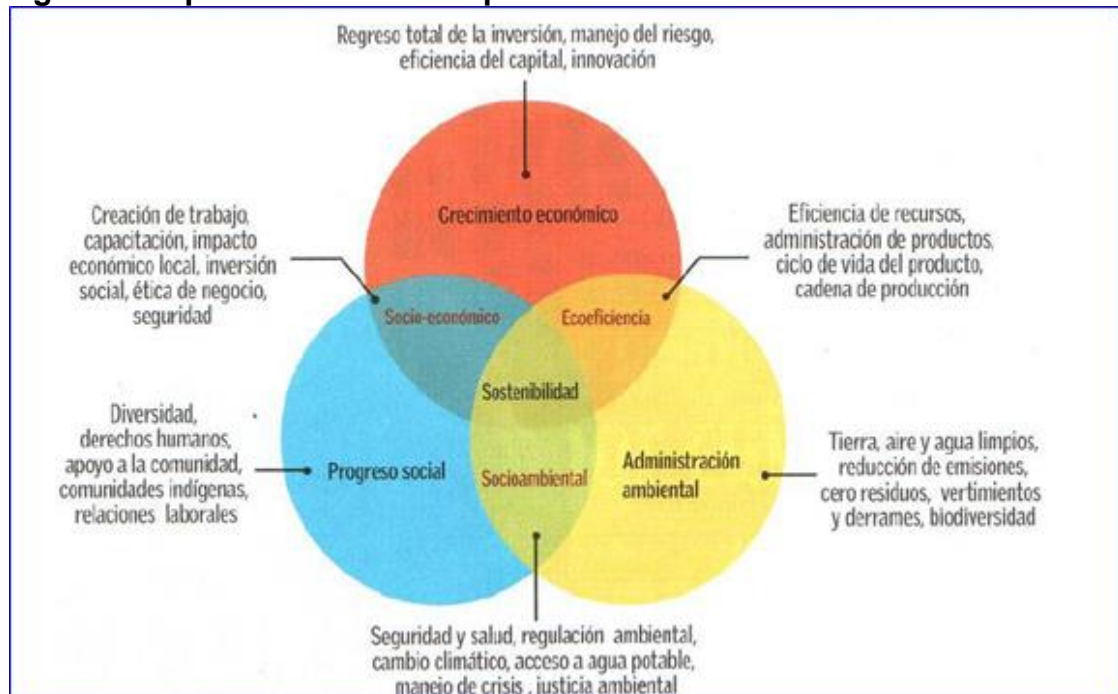
La RSE o Responsabilidad Social Empresarial

Reivindicación de los derechos humanos, sociedad civil organizada, vigilancia ciudadana, transparencia y lucha contra la corrupción, promoción de una economía con rostro humano, exigencia de estándares de calidad para las empresas, lucha contra la pobreza, protección del medio ambiente, democratización de la vida pública, logro de acuerdos internacionales para promover un desarrollo global sostenible y equitativo... el mundo actual tiene cada vez más “sed de ética”, como lo subraya, entre otras muchas voces, Bernardo Kliksberg (Vallaey, 2013).

El restaurante Aquarium pretende incorporar aspectos sociales y ambientales a los aspectos económicos habituales de una forma equilibrada. Se aplicara creatividad, talento y compromiso para tener una innovación en el sector gastronómico, sobre todo preservando los valores y cultura más tradicional del municipio de Yumbo.

Uno de los enfoques que vincula el desafío de alcanzar un desarrollo sostenible, lo acoge el esquema mental del triple resultado (TBL – Triple Bottom Line). Desarrollado en 1994 por Elkington.

Imagen 2. Esquema Mental del triple Resultado.



Fuente: (Revista Semana, 2010)

1.5.2 Referente Conceptual.

Restaurante: establecimiento comercial donde se preparan para la venta platos de comida para el consumo humano dentro del mismo o para llevar, presenta un variado menú que lo distingue de la razón de ser de otros establecimientos proveedores de alimentos tales como: cafeterías, panaderías, loncherías, heladerías, sevicherías, areperías y establecimientos de comidas rápidas. etc.

Consumo: define el diccionario de lengua española como la acción de comer un alimento, definición desde el punto de vista gastronómico.

Plato: conjunto de alimentos debidamente presentados de una forma característica e igualmente preparados al cual recibe un nombre asignado por su creador u origen.

Ingrediente: componente o elemento que hace parte de una formula o receta.

Bufete: un servicio donde los productos son expuestos en mesas para que el libre se sirva él mismo y de forma directa.

Tipos de pescados: clasificación de los pescados desde el punto de vista gastronómico la cataloga ya sea por su contenido graso y tipo de especie animal proveniente. Ejemplo: los pescados intermedios son los que poseen poca grasa.

Términos de cocción: se refiere en esencia al punto de cocción de los frutos de mar, hervirlos hace la preparación más simple y permite se cocinen con sus sabores naturales. Se pueden hervir los mariscos y escalfar pescado siguiendo los tiempos de cocción recomendados por libra (450 gramos) de frutos de mar.

Guarnición: elementos complementarios a la pieza principal de un plato, ejemplo: El aguacate, la ensalada en una bandeja paisa.

Salazón: se utiliza una salazón a base de sal común y sal nitrificantes de esa manera se conservan largos tiempos además de evitar que las grasas se pongan rancias.

Congelar: causa de conservación moderno mediante frio extremo para retardar el proceso de descomposición biológica.

Marinar: proceso de aliñar los productos de mar con finas especias para adquirir delicados sabores.

Adobar: asunto más complejo mediante el cual se aplican aliños con mayor fortaleza y sometidos a procesos más largos.

Empresa: Es una organización social integrada por recursos humanos, técnicos, económicos y materiales que buscan cumplir con uno o varios objetivos trazados, la cual puede estar en marcada en la producción de bienes y/o servicios, en la cual se distinguen tres elementos fundamentales que la integra, El capital humano, El recurso financiero, la materia prima y el recurso físico.

Empresario: toda persona natural capaz de generar empresa a partir de su iniciativa, capacidades y que dentro del marco legal produce empleo y beneficio para sí mismo y para terceros, se destacan características particulares en él, tales como Liderazgo, esfuerzo, creatividad, arrojo, visión holística, capacidad de autonomía. Se dice que el empresario líder y creativo ya que la actividad empresarial siempre entraña un riesgo, puesto que se tienen que anticipar unos recursos. Este riesgo se compensa con las expectativas de beneficios. La obtención de beneficios depende del éxito del proyecto empresarial. Para alcanzarlo es necesario detectar las necesidades del mercado de forma adecuada, además de estudiar la competencia y los costes.

Emprendimiento: es la iniciativa de un individuo al asumir un riesgo económico o invertir recursos con el objetivo de aprovechar una oportunidad que le brinda el mercado. Sin embargo para considerar una iniciativa como un acto de emprendimiento esta debe tener un objetivo social complementado con una innovación transformadora que lo impulse como modelo de negocio sostenible.

Innovación: la Introducción en el mercado de un nuevo bien o servicio, el cual los consumidores no están aún familiarizados o la aplicación de un nuevo método de producción o la creación de una nueva fuente de suministro de materia prima o productos semi-elaborados.

Parte de la idea de buscar suplir una necesidad con una solución distinta y mejor a las ya existentes y que difiere totalmente de un rediseño, remodelación o

modificación con elemento ya existentes o identificables en productos o servicios similares, ya que deja de ser innovación para ser simplemente adaptación o implementación.

1.5.3 Referente Contextual.

El municipio de Yumbo se encuentra localizado al norte de la ciudad de Cali, a 10 minutos, es uno de los 42 municipios que conforman el Departamento del Valle del Cauca, es conocido como la Capital Industrial del valle, debido a las más de 2.000 fábricas asentadas en su territorio limítrofe con Cali, capital del Valle del Cauca.

El Restaurante Aquarium va a estar ubicado en Yumbo en la vía pedregal - la cumbre, estrato 2 de la comuna 3. Lo población habitante de esta comuna cuenta con recursos económicos de medianos a altos, que permitirán un mercado potencial para este negocio.

1.5.4 Referente Legal.

La creación y puesta en marcha de El Restaurante Aquarium S.A.S. estará determinada por las leyes y normas rigen a los estamentos comerciales para venta alimentos tales como restaurantes y la normatividad nacional de política de emprendimiento, dentro de las cuales se enmarcan las siguientes:

- | | |
|--|--|
| ✓ POT Yumbo | ✓ Ley 1014 de 2006 |
| ✓ Ley 9 de 1979 (Sanidad) | (Emprendimiento) |
| ✓ Ley 23 de 1982 (D.D.A.A.) | ✓ Ley 140 de 1994 (Publicidad y avisos) |
| ✓ Reg. Mercantil Ley 232/95 (Aplicado a S.A.S) | ✓ Ley 124 DE 1994 prohibición de expendio licores y cigarrillos a menores de edad. |
| ✓ Artículo 4 del Decreto 1879 de 2008 (Notificación de apertura) | |

- ✓ Ley de Primer Empleo Ley 1429 de 2010
- ✓ Ley 2663/50 Código Laboral colombiano.
- ✓ Ley 1335 de 2009 consumo de cigarrillos en lugares públicos
- ✓ Ley 1480 de 2011 nuevo estatuto del consumidor

1.6 ASPECTOS METODOLÓGICOS

1.6.1 Tipo de Estudio.

Descriptivo: es importante desarrollar un estudio descriptivo que permita identificar las características de la investigación, tales como: identificación de la población, comportamientos sociales, económico, preferencias, consumo entre otros. De esta manera se obtendrá información concreta que le da mayor estructura al desarrollo del proyecto y por ende ofrece una perspectiva más amplia de las variables que en el intervienen. En este sentido será de gran utilidad la utilización de técnicas específicas de recolección de información como observación, encuestas y entrevistas.

1.6.2 Método de Investigación.

Documental: indudablemente, la base investigativa del proyecto está enmarcada en el análisis de fuentes documentales para la obtención de información vital, como libros, revistas, artículos, periódicos, medios virtuales y aplicación de referentes teóricos que sustentan la viabilidad del mismo.

De Campo: es vital obtener información de fuentes directamente relacionadas con el objeto de estudio, por lo tanto es crucial el reconocimiento del lugar.

1.6.3 Método de Recolección de información.

Deductivo. Se realizó el estudio de viabilidad sobre la creación de un restaurante dedicado a la elaboración de comida de mar como ingrediente principal, en el municipio de Yumbo - Valle, lo cual permitió analizar las diferentes competencias existentes en el mercado y si estas a su vez proporcionan una buena demanda, con el fin de conocer que tan posicionado se encuentra el segmento de este tipo de negocios en el municipio y conocer los gustos del consumidor. Por medio de la observación se permite coleccionar o demostrar la información en un contacto directo con la realidad, a partir de ella se identifican necesidades y es posible proyectar el alcance del proyecto, como también decretar la macro y micro localización del mismo.

Cualitativo y Cuantitativo. Esta investigación es principalmente de carácter cualitativo por cuanto se basa en la descripción rigurosa de cualidades y características del objeto de estudio; también es importante tener en cuenta que tal información debe ser validada por medio de muestras estadísticas, que permitan una sistematización adecuada y precisa de los datos obtenidos. En este caso, la encuesta es una herramienta útil para determinar el tamaño de la población a impactar, las preferencias y el conocimiento que poseen sobre los recursos gastronómico en el municipio de Yumbo Valle.

1.6.4 Fuentes de información.

1.6.4.1 Fuentes Primarias.

Las fuentes que se utilizaron para el estudio de viabilidad en la recolección de datos fueron las encuestas aplicadas a los consumidores de los platos ofrecidos, ya que con sus respuestas fue de gran ayuda para conocer las insatisfacciones y necesidades que se puedan tener.

Se realizó una encuesta a una muestra de personas que puedan ser clientes potenciales para un restaurante de comida de mar, de esta forma se determinaron los elementos que se consideran claves la creación del negocio, especialmente para el plan de marketing. Igualmente se evaluaron y se valoraron las percepciones y preferencias de los encuestados.

1.6.4.2 Fuentes Secundarias.

Para la información secundaria fue necesario recurrir a fuentes de información como libros, tesis, consultas en internet consultas en revistas dedicadas al negocio de restaurantes de mar o el estudio de viabilidad de creación de empresas, lo cual permitió obtener mucha información sobre el manejo de este tipo de negocio.

1.6.5 Tratamiento de la información.

De las fuentes secundarias se tomaron los conceptos fundamentales para el entendimiento y soporte de este estudio, las únicas fuente secundarias que arrojan cifras son el Censo del DANE 2005 (para establecer cuantificación del mercado) y el Estudio ACODRÉS 2011 (para establecer tendencias del mercado).

Acorde a lo anterior, en el siguiente cuadro se presenta de forma ordenada y tabulada todo lo concerniente a las fuentes y técnicas para la recolección de información.

Cuadro 1. Fuentes primarias (Fp) y Fuentes secundarias (Fs)

TIPO DE FUENTE	ELEMENTOS	APLICABILIDAD	MARCO DE APLICACIÓN Y UTILIDAD
Primaria	Observación directa, cuestionario ya sea por encuesta general.	Permiten realizar toma de información directa de la fuente y del entorno.	En especial al Análisis del estudio del mercado análisis técnico.
Secundaria	Libros, revistas, periódicos, informes y publicaciones de entidades.	Se toman conceptos generales y teóricos aplicables al objetivo propuesto.	Contextualización del proyecto, Análisis y estudio del mercado, Análisis técnico y proyección organizacional.

Fuente: Los Autores.

Se recurrió a los métodos de tabulación y clasificación de los datos obtenidos mediante las fuentes primarias.

Al proceso de observación se le aplicaron métodos evaluativos “Encuestas para muestras cualitativas ordenables conceptuales, aplicando para ello el concepto de distribución de frecuencia para datos no agrupados que permitan generar gráficas de tortas en parámetros porcentuales para entendimiento evaluativo en la toma de decisiones. Al proceso de encuesta se le aplicó igualmente los métodos anteriores agregándole a ello el cálculo de medidas de tendencia central y cálculos estimativos para tamaño de muestra.

1.6.6 Resultado Esperados.

Establecer las variables indicadas que permitirán fundamentar la creación de un restaurante que promocióne la comida de mar en el municipio de Yumbo y sus alrededores desde una perspectiva de desarrollo económico y social para su población.

Determinar la existencia real de clientes para los servicios gastronómicos que se planean ofertar, realizando una labor de investigación de mercado que permita conocer sus gustos y preferencias, así como la aceptación del precio y su disposición a pagar.

Identificar la tecnología, la infraestructura y todos los recursos indispensables para la localización y puesta en marcha de la unidad de negocio.

Diseñar una estructura organizacional acorde a los principios legales del restaurante y coherente con las necesidades propias de la actividad a desarrollar, con el fin de elegir los mejores perfiles para cada cargo.

2. ESTUDIO DE MERCADO

En el presente capítulo, se desarrollara el estudio de mercado, el cual permitirá obtener una visión clara de las características del servicio que se prestara en el mercado objetivo, de igual manera es la guía para definir cuáles son las exigencias del consumo, permitiendo dar inicio al proceso de planeación de la unidad de negocio a crear.

Para la realización del estudio de mercado, los autores del proyecto realizaron una recopilación de las fuentes secundarias existente sobre el tema, desde el punto de vista del mercado, donde se tuvo en cuenta la información extraída de la cámara de comercio del municipio de Yumbo, la secretaria de Hacienda Municipal, y el Departamento de Planeación e informática de Yumbo, consultando sus acciones, informes y estadísticas sobre el sector gastronómico del municipio.

Por otra parte, el estudio de mercado se centró en la información primaria obtenida mediante la herramienta de la encuesta, efectuada a los clientes potenciales, con el fin de detectar algunos rasgos de interés para la presente investigación, a través de la realización de preguntas orientadas a la búsqueda de respuestas que dieran una visión clara sobre las características indispensables de los servicios a prestar dentro del negocio.

Así con el análisis de estas fuentes se estableció las bases del estudio de mercado, con el cual se definieron los criterios para la realización del plan de mercado y la determinación de la viabilidad de la creación del negocio.

2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR

La unidad de negocio a crear pertenece al sector gastronómico, siendo este un sector con alto crecimiento en Colombia según (Portafolio, 2013).

Hace 20 años, Santiago Romero y María Nohora Peña quisieron tener un negocio propio en el que la empanada fuera 'la reina' de sus ingresos. Ese es el origen de Típicas Empanadas, una cadena que ya tiene 57 puntos en el país, de los cuales cinco fueron abiertos este año. Acaban de agregar el servicio de café y tienen listos los estudios para explorar fórmulas para las empanadas dulces y nuevas salsas. Como ese negocio, muchos otros han crecido en los últimos años, al lado de una onda de grandes cadenas de comida que ven en el mercado colombiano comensales dispuestos a probar y experimentar. Hay varios casos, pero uno de los más recientes es el de Frisby, que de su pollo frito de hace un tiempo ahora tiene oferta de desayunos y acaba de incursionar con la comida rápida japonesa con la cadena SarkuJapan, una franquicia de Estados Unidos que llega a Medellín, Cali y Bogotá. Pero hay más en el nuevo menú gastronómico del país.

Lo que ha generado que se convierta en el más atractivo para invertir, razón por la cual ha dejado de lado la informalidad para convertirse en uno de los negocios con mayores impulsos e innovación. Es importante resaltar que los cambios dados en el sector se debe principalmente en el posicionamiento del Turismo regional, la gastronomía es imprescindible a un producto turístico, ya que el visitante siempre deberá consumir algún tipo de alimento en el lugar al que se desplazó, creando así un consumo y probando y experimentando parte de la cultura de la región donde se encuentre de visita.

Así mismo, siguiendo la tendencia, conforme a cifras reveladas por el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) y ACODRÉS, el gremio

que agrupa a los restaurantes, revelan que cada vez los colombianos están gastando más en comidas fuera del hogar.

En el primer trimestre del 2011, el sector registró un crecimiento de 15,9 por ciento en las ventas, en tanto que un año atrás esa variación alcanzó el 10,7 por ciento.

Los nuevos hábitos de vida adquiridos por los consumidores han generado un impulso del sector, es muy frecuente que los Colombianos opten por comer fuera de la casa, dentro de los gastos totales en alimentos las comidas fuera del hogar representaron 14,4% a mediados de los ochenta y para el 2007 este porcentaje ya iban en 35,2%.

Es importante resaltar que ciudades como Bucaramanga, Cali, Neiva, Villavicencio y Bogotá están por encima de ese porcentaje promedio. Este panorama evidencia que un buen número de colombianos ha decidido comer a la carta.

Dicen (Quintero Yepes & Romero Velasquez, 2012)

Según el Presidente de ACODRES, se estima que en Colombia hay 61.538 restaurantes de todas las categorías, de los cuales 861 son de lujo. Anualmente el sector presenta un crecimiento promedio del 7%, sin embargo, la firma del TLC representará una amenaza como un reto para los restaurantes colombianos por la llegada de franquicias de restaurantes norteamericanos. Por otra parte, La más reciente encuesta de Fenalco Valle, muestra que las ventas durante el mes de septiembre de 2013, registraron una ligera mejoría en comparación con las que se obtuvieron en agosto. Los resultados revelados por Fenalco señalan que los comerciantes que tuvieron mayores ventas entre el octavo y el noveno mes de 2013 pasaron del 37% al 39%. Siendo los comerciantes del sector gastronómico los mayores beneficiados según el análisis de los resultados hecho por Fenalco.

Una manera en que se puede mostrar el alcance y la viabilidad del proyecto es mediante el análisis de mercado en sus principales aspectos como el producto, los clientes y la competencia, por tal razón conforme a los datos recopilados del sector gastronómico a nivel nacional y regional se puede deducir que este es un sector viable para emprender proyectos de inversión.

2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO

2.2.1 Análisis de la demanda.

El conocimiento de la demanda permite diferenciar las características de los consumidores y el tipo de platos a ofrecer en el negocio, adicionalmente marca la ruta para la definición de las políticas de comercialización y distribución se deben de adoptar, las acciones de promoción, publicidad y marketing a desarrollar.

Al realizar el estudio de la demanda del sector gastronómico en el municipio de Yumbo, se encontró que este es un aspecto altamente valorado por las personas que frecuentan el municipio ósea personas no residentes en él, cabe resaltar que la Alcaldía municipal de Yumbo, a través de sus dependencias a lo largo del año programan diversas actividades culturales y sociales, tales como el encuentro de Danzas evento de talla nacional, el encuentro Nacional de Interpretes, la Feria del municipio de Yumbo, entre otros, eventos que son agendados desde el mes de enero hasta el mes de diciembre, que generan un impacto directo en el comercio principalmente a los comerciantes de los restaurantes. Cabe resaltar que la ubicación del Centro de Eventos Valle del Pacífico en el municipio de Yumbo, ha generado un impacto positivo en él y un reconocimiento a nivel nacional, incentivando el turismo hacia esta población.

De acuerdo con el Plan Territorial de Salud 2012 – 2014, realizado por la Secretaria de Salud del Municipio de Yumbo, el cual baso su investigación con las proyecciones de población del censo DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) del año 2005, para el año 2011 el municipio contaba con un total de 97.608 habitantes, de los cuales el 89.1% equivalente a 84.915 personas se encontraban en la zona urbana y el 10,1%, 12.693 personas en la zona rural. (Alcaldía Municipal de Yumbo, 2011).

Dice (Ustate Duarte, 2013). El consumo de productos pesqueros y acuícolas ha aumentado paulatinamente en los últimos años, debido a cambios en los hábitos del consumidor, quien reconoce sus altas cualidades nutricionales, así como al incremento y diversidad de la oferta, tanto de productos nacionales como importados.

2.2.2 Análisis de la Oferta.

El sector gastronómico en el municipio de Yumbo ofrece una variedad de opciones, predominando los restaurantes de comidas rápidas, seguido por los que ofrecen almuerzos ejecutivos, los cuales brindan unas opciones limitadas de menús y que en su gran mayoría funcionan en la informalidad.

Por otra parte es importante resaltar que los restaurantes de Mantel en yumbo, con opciones innovadoras en sus menús tiene muy poca oferta en el municipio, en el caso que ocupa el presente proyecto, conforme a la información recolectada por medio de la observación directa, se encontró que en el municipio solo se encuentra un restaurante especializado en Mariscos, el cual tiene como nombre “EL VELERO AZUL”, este es un sitio muy concurrido debido a que es el único que cuenta con un menú completo de platos preparados a base de mariscos y pescados.

El restaurante Velero Azul cuenta con 5 platos que son los más apetecidos por los clientes estos son:

Ceviche de Camarón: \$18.900 Deliciosos y frescos camarones preparados en salsa roja, cebolla, ají, limón, acompañados de galletas de soda.

Corazones de Alcachofa con Camarones al Gratin: \$22.250 Son corazones naturales de alcachofa rellenos de ricos camarones gratinados en salsa base y queso parmesano, acompañados de pan francés y galletas de soda.

Langostinos y Calamares Ajillo: \$28.300 Gustosos, frescos langostinos y anillos de calamar, preparados en exquisita salsa de ajo.

Pargo Rojo Frito: \$15.000 Delicioso pargo rojo proveniente del Pacífico Colombiano, frito con salsa tártara.

Mero en Salsa de Jengibre y Mandarina: \$22.500 Filete de mero preparado en una exquisita salsa a base de jengibre y mandarina.

Seguidamente con relación a la información levantada de los establecimientos gastronómicos del municipio se detectó que los restaurantes de Parrilla son otros de los cuales más predominan encontrando a restaurantes como SAN TORO, JOSE PARRILLA, LOS ASADOS DE SEGUNDO y el RESTAURANTE EL PEDREGAL. Otro restaurante con amplia trayectoria en el municipio es el ZAGUAN de la Quinta, restaurante especializado en comida gourmet.

Restaurante San Toro: sus platos estrella son:

- Pollo a la plancha: \$18.000 Filete de pechuga , papas a la francesa y ensalada

- BabyBeef: \$22.000 Lomo, papa salada y ensalada
- Mojarra: \$16.000 mojarra frita, arroz, patacones y ensalada.

Restaurante José Parrilla: sus platos estrella son:

- Costillas Ahumada: \$21.000 Costilla ahumada 400 grs, papa a la francesa
- Mixta de 3 Carnes: \$25.000 Carne de Res, filete de pollo, carne de cerdo, maduro, papa salada y guacamole
- Picada Familiar: \$30.000 Anillos de cebolla, patacones, papa a la francesa, costilla de cerdo, carne de res, pollo, chorizo.

Los Asados de Segundo: sus platos estrella son:

- Churrasco: \$24.000 Corte mariposa de lomo ancho de Res asado al carbón, ensalada, papa a la francesa
- Costilla de Cerdo Ahumada: \$24.000 Costilla ahumada de cerdo 400 grs en salsa BBQ o limón, ensalada, papa a la francesa
- Plato Mixto: \$30.000 Lechoncito, ternera y pechuga, ensalada, papa a la francesa, maduro.

El Restaurante El Pedregal: sus platos estrellas son:

- Carne Ranchera: \$12.000 Es un corte de carne bañada en hogado casero con un poco de maicitos acompañada de papas horneadas

- Punta de Anca: \$23.500 Grueso y jugoso corte de carne de res madurada, asada a la brasa, está acompañada con puré de papa, banano apanado, arepa, chimichurri y guacamole
- Picada: \$25.000 Trocitos de carne ahumada de cerdo, costilla de cerdo, lomo de res, chorizo, chicharrón, troncos de plátano, papa amarilla, astillas de yuca, arepa y tomate.

Restaurante El Zaguán: sus platos estrellas son:

- Lomo al Vino: \$21.300 lomo abierto y bañado en salsa de vino, acompañada de papas a la francesa
- Costillas acarameladas: \$18.900 porción de costillas fritas y acarameladas, acompañadas de arroz y moneditas de plátano
- Filete de Corvina: \$25.000 Cubierto de salsa de camarones, o al ajillo acompañado de moneditas de plátano.

Kokoriko: sus platos estrellas son:

- Filete de pechuga apanada del chef: \$12.000 pechugas rellenas de jamón y queso, ensalada y papa a la francesa
- Arroz con pollo: \$8.000 acompañado de papa a la francesa
- Chuleta de pollo apanada: acompañada de ensalada y papa a la francesa.

Adicional a lo anterior, con la llegada del Centro Comercial único, se dio apertura a la entrada al mercado de restaurantes de cadena como KOKORICO y los Asados

de Segundo. En este sentido también se encuentra en la oferta gastronómica del municipio los asaderos de Pollo siendo el más popular en Yumbo el denominado ¡Oh QUE RICO!

Conforme a lo anterior, se puede concluir que la oferta gastronómica en Yumbo, es amplia y variada pero que en cuanto a la oferta de platos preparados a base de mariscos y pescados como ingrediente principal es muy limitada, encontrándose muy atractiva la opción de emprender un negocio de este tipo en esta población.

2.3 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO

2.3.1 Clientes.

El segmento meta del restaurante está dirigido a personas de distintas edades niños, jóvenes, y adultos que no solo les guste comer sino comer bien, en los estratos socio económicos 2 y 3 que residan o visiten el municipio de Yumbo, que deseen compartir con sus familiares, amigos o compañeros de oficina de un momento agradable, degustando platos preparados con pescados o mariscos.

2.3.2 Competencia.

Realizando investigación mediante la técnica de observación directa, se pudo constatar que en el municipio de Yumbo, solo existe un restaurante como competencia directa de la unidad de negocio a crear, por otra parte como competencia indirecta se tienen todos los restaurantes en general, los cuales ofrecen diversos tipos de platos, se determina como competencia indirecta porque una persona puede decidirse por ir a comer en estos sitios en vez de ir a un restaurante de mariscos.

A continuación se relacionan los competidores directos e indirectos de la unidad de negocio: (Véase Cuadro 2).

Cuadro 2. Competencia Directa

RAZON SOCIAL	DESCRIPCIÓN	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Restaurante El Velero Azul	Especialidades en Pescados y Mariscos	Acreditado en el municipio. Carta Variada Ofrecen una opción de almuerzo ejecutivo.	Instalaciones pequeñas y calurosas. No tiene un extractor de olores lo que genera que las personas salgan impregnadas con el olor de la cocina. La opción del almuerzo ejecutivo siempre es la misma combinación.

Fuente: Los Autores.

Cuadro 3. Competencia Indirecta Conformada por Restaurantes de Competencia Indirecta Conformada por Restaurantes de Mantel

RAZÓN SOCIAL	DESCRIPCIÓN	VENTAJAS	DESVENTAJAS
	Especialidades en Parrilla	Carta Variada Ofrecen una opción de mariscos. Instalaciones cómodas	Ruido Demora en el servicio
	Restaurante de mantel, especialidad comida Gourmet	Acreditación en el municipio. Amplias instalaciones	Menú limitado No poseen zona de parqueo.
Restaurante San Toro	Especialidad en Parrilla	Ambiente Agradable Concepto Llamativo	Instalaciones pequeñas No posee zona de parqueo Menú Limitado

Fuente: Los Autores.

2.3.3 Plan de Mercadeo.

El diseño de la investigación se centró mediante el análisis de las fuentes secundarias en este caso se utilizó como herramienta la encuesta, la cual se aplicó a personas en edades de 17 y 74 años pertenecientes a los estratos 2 y 3 del municipio de Yumbo

Para la recolección de datos de la encuesta que se realizó en el municipio de Yumbo Valle se evaluó hábitos, frecuencias, preferencias, comportamientos y gustos, se realizaron en forma personal.

El método utilizado para la selección fue el de muestreo aleatorio simple, el cual se caracteriza porque otorga la misma probabilidad de ser elegidos a todos los elementos de la población. Para el cálculo maestral se requiere del tamaño poblacional, si esta es finita, del error admisible y de la estimación de la varianza.

Se realizó el cálculo de la muestra de la siguiente manera:

Nivel de confianza: 95% correspondiente a 1.96

Proporción esperada: 6% correspondiente a 0.05

N: N°. Población estratos 2 y 3

e: error (este puede variar del 0.05 hasta 0.15 %)

P: 0.5 éxito

Q: 0.5 fracaso

Z: 1.96 (95% de verdad)

Formula:

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

$$N = \frac{106,200 \times (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.10)^2 \times (106,200 - 1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$N = \frac{101,994.48}{1,062.9504}$$

$$N = 95$$

Tamaño de la muestra: 95 encuestas, para una muestra con un nivel de confianza del 95% y un margen de estimación máximo del 10%. **(Véase Anexo A)**

2.4 ESTRATEGIA DE PRECIOS

Los precios de cada uno de los productos gastronómicos que se ofrecerán en el restaurante se determinarán mediante la realización de un análisis económico de las variables precio Vs costos y un análisis de competencia mediante la revisión de las cartas de los restaurantes del sector con el fin de comprar precios que rigen ellos, de esta manera conocer el comportamiento de del mercado de los restaurantes.

Dice (El Prisma, 2013)

El precio es el elemento de la mezcla del marketing que produce ingresos; los otros producen costos. El precio también es unos de los elementos más flexibles; se puede modificar rápidamente, a diferencia de las características de los productos y los compromisos con el canal.

Observando la necesidad latente que vemos en el municipio de Yumbo a la hora de consumir pescados y mariscos, detecta la oportunidad para crear un restaurante que rompa con los esquemas tradicionales de la venta, presentación y elaboración de platos alimenticios creando así unas estrategias que permitan el sostenimiento y soporte financiero que permitan estar en el punto de equilibrio, logrando así crear un negocio sostenible, rentable inimitable, y novedoso.

Una de las estrategias es que el cliente identifique el restaurante como un lugar donde disfrute de los platos exclusivos y exquisitos con la mejor calidad y que sus precios sean acorde al negocio. El Restaurante maneja precios justos y competitivos, pero manteniendo un alto nivel dado que está dirigido a los sectores 2 y 3.

Frente a la competencia, los platos del restaurante rondarán los mismos niveles de precios que los otros establecimientos de comidas, pero la ventaja está en el valor agregado, es decir que las personas recibirán mayores beneficios por el precio y de esta manera se maneja una estrategia justa y competitiva.

2.5 ESTRATEGIA DE VENTA

Dice (Zhuang Luo, 2012).

Esta faceta del marketing se concentra en el cliente una vez que este ha decidido comer en su restaurante. Su equipo de ventas es el personal de servicio de la llamada parte delantera, que puede influir notoriamente en lo que los clientes pidan y en cuanto gastan. Un buen mesero es capaz de hacer que sus ingresos engrosen directamente el balance. El tiempo y esfuerzo que usted gaste apoyando a sus meseros bien vale la pena.

El personal es un elemento clave para el éxito del restaurante ya que los meseros siempre estarán dispuestos a llevar una buena relación con el cliente aconsejándolo y garantizando que salgan del restaurante con una experiencia agradable que los haga regresar. De ellos depende que se puedan aumentar las ganancias del restaurante con su labor.

Por otro lado el restaurante tendrá una propuesta con un enfoque diferenciador el cual será el valor agregado de la unidad de negocio, consistente en la interacción del cliente en donde escogerá de un acuario la especie que desea comer. El ambiente de lugar jugará un papel muy importante porque conquistara los sentidos de los clientes y hacer que se sientan realmente cómodos por esta razón será, tranquilo, sano y saludable pero al mismo tiempo disfrutaran de momentos agradables con familiares y amigos.

El estilo del Restaurante será rustico tomando elementos típicos de las región Pacífica, sus mesas y sillas serán de madera acordes con la decoración, cada silla estará marcada con un nombre característico de personas representativas de los pueblos colombianos, el Bobo litro, la Solterona, el Cuajado, la Brincona, serán algunos de los nombres de las sillas del restaurante. Los colores que predominaran serán el amarillo, azul y rojo de la bandera colombiana pero en tonos suaves. Por otra parte, el personal estarán acordes con el concepto del restaurante, en este sentido adicional a los uniformes que se les entregara de dotación, estos vestirán de un traje típico de la zona pacifica: Las mujeres utilizaran una falda y blusa de color rojo con un delantal azul, alpargatas y un sombrero. Los hombres tendrán una camisa manga larga de color lila, un cinturón rojo, pantalón blanco y alpargatas.

Imagen 3. Vestimenta Personal.



Fuente: Los Autores.

Se creará una estrategia de ventas para los días especiales como son: El día de la Madre, el día del Padre, día de la secretaria, día del amor y la amistad y cumpleaños de nuestros clientes, en donde se ofrecerán descuentos especiales, promociones de pague 1 y lleve 2, en los cumpleaños se les dará una copa de helado y una porción de torta al cliente.

En el mes de abril se celebra la semana santa es uno de los meses que más rentabilidad representa y por ser nuestro fuerte no se aplicaran descuentos ni promociones.

En el mes de diciembre se harán rifas por consumir los dos últimos meses en nuestro local colocando todos los datos del cliente en una urna.

2.5.1 Ambientación.

El restaurante tendrá un ambiente rustico, con colores suaves y música de la región pacifica, creando un ambiente tranquilo y relajado donde el cliente disfrute

sin apuro su estancia en el restaurante, por otra parte el restaurante tendrá un acuario de 1.50 cm de largo x 50 cm de ancho x 60 cm de alto con capacidad de 600 litros y una base de mesa de 400 x 50 cm, el cual será el principal atractivo del mismo porque en él se podrá seleccionar la especie que se desea comer.

Imagen 4. Acuario.



Fuente: (De Peces, 2012).

Imagen 5. Medidas del Acuario.



Fuente: Los Autores.

2.5.2 La Carta.

Teniendo en cuenta que la carta del restaurante es el medio por el cual se complementa la propuesta del mismo hacia el cliente y rompe la barrera comunicativa entre ambos, es de suma importancia realizar un diseño

concienzudo de la misma para que esta esté acorde con el concepto del negocio y los elementos que lo conforman.

Por lo anterior la carta se organizó de manera que primero los clientes puedan ver los platos principales, que tienen como acompañantes tostada de Plátano, papas a la francesa o maduro en almíbar, ensalada del día, arroz blanco o arroz con coco.

Platos Fuertes:

- Arroz con Camarón: \$11.214 Exquisita combinación de camarones, arroz, y verduras acompañada de papas a la francesa.

Imagen 6. Arroz Con Camarón.



Fuente: (Punta Camarón, 2013).

- Bagre en salsa: \$16.321 Una generosa posta de bagre, bañada con salsa criolla acompañada de arroz.

Imagen 7. Bagre en Salsa.



Fuente: (Punta Camarón, 2013).

- Cazuela de mariscos: \$14.153 Espectacular combinación de langostinos, camarón, calamar, pulpo, filete de robalo, y queso mozzarella, servido con patacón.

Imagen 8. Cazuela de Mariscos.



Fuente: (Punta Camarón, 2013).

- Mojarra frita: \$11.533 Deliciosa mojarra acompañada de ensalada tropical y patacón.

Imagen 9. Mojarra Frita.



Fuente: (Punta Camarón, 2013).

- Trucha marinera: \$19.700 Deliciosa trucha al estilo mariposa, bañada en salsa de mariscos, gratinada y acompañada de papas a la francesa.

Imagen 10. Trucha Marinera.



Fuente: (Punta Camarón, 2013).

Imagen 11. Diseño del Menú.



Fuente: Los Autores.

2.5.3 Horarios de Atención.

Los horarios de atención establecidos para el restaurante son:

Lunes a Sábados de 10:00 a.m. a 7:00 p.m.

Domingos y Festivos de 10:00 a.m. a 4:00 p.m.

2.5.4 Nombre del Restaurante.

El nombre del Restaurante es Aquarium, palabra escrita en inglés la cual fue seleccionada porque su significado en español es acuario, alusivo a la ambientación que va a tener el restaurante.

2.5.5 Logo.

Para el diseño del logo se buscó que fuera llamativo, que predominaran los tonos rojos y azules, debido a que en psicología del color se dice que el rojo estimula el apetito y crea un sentido de urgencia, muy conveniente para este tipo de establecimientos, por otra parte el color azul se asocia con el agua la cual esta netamente relacionada con los restaurantes de pescados y mariscos.

Su diseño de langosta se realizó porque es un animal muy llamativo que demuestra seguridad, además en los restaurantes se acostumbra a buscar diseños con pescados, sirenas, anclas, etc. que son poco creativos.

Imagen 12. Logo del Restaurante.



Fuente: Los Autores.

2.5.6 Slogan.

El slogan establecido para el negocio es *"El sazón que te anima y te levanta"*, queriendo enfatizar que se van a utilizar ingredientes de la mejor calidad, que ayudan a tener una buena salud y son alimentos vitalizados que levantan el ánimo al ser consumidos.

2.6 ESTRATEGIA PROMOCIONAL

Se utilizarán como herramientas dentro de la estrategia promocional, la publicidad y las promociones de Venta, con las cuales se pretende alcanzar los objetivos empresariales y ser más competitivos en el mercado. A continuación se presentan las estrategias a realizar:

- **Publicidad Impresa:** mediante la impresión de flayers se dará a conocer el negocio, los cuales servirán a manera de cupón de descuento con esto se pretende garantizar la rotación de clientes y fidelización de los mismos.
- **Relaciones Públicas:** por medio de la realización de alianzas estratégicas con distintas empresas públicas y privadas, tales como la Alcaldía Municipal de Yumbo, el Fondo de Empleados del Municipio de Yumbo, Centro Comercial Único, entre otros, ofreciéndoles descuentos especiales a sus empleados que deseen visitar el restaurante. De esta manera lograr cautivar más clientes, como son las empresas: Cementos argos, Postobon, Bavaria, Eternit, Rta design.
- **Eventos en Temporadas Especiales:** por otra parte se organizaran eventos especiales con previa reserva para asegurar los clientes, en temporadas de Fiesta de la Madre, Fiesta del Padre, Amor y Amistad, Día de la Secretaria, Navidad, entre otras fechas especiales.
- **Redes Sociales:** el restaurante tendrá una cuenta en una red social como es la de Facebook, para que los clientes puedan visitar el sitio y dejar sus comentarios y sugerencias al restaurante. Además se realizaran actividades promocionales, con el objetivo de captar nuevos clientes.

Imagen 13. Publicidad en Facebook.



Fuente: Los Autores.

- **Medios de Comunicación:** se pautará en la emisora local Yumbo Estéreo 107.5, los días sábados y domingos en el horario de 10:00 am y las 12: 00 pm para lograr captar la hora del almuerzo.

2.7 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

El Restaurante contará con servicio a domicilio dentro del perímetro urbano del municipio de Yumbo, a partir de 6 meses de su inauguración.

2.8 POLÍTICAS DE SERVICIOS

Los clientes son el eje fundamental y la razón de ser del negocio, por lo tanto el servicio al cliente es el pilar fundamental del restaurante, para brindar comodidad, una correcta atención y fidelización de los clientes.

Por tal motivo, se establecen las siguientes Políticas de Servicios:

- **Calidad del servicio:** se debe seleccionar y capacitar a los empleados que hagan parte del restaurante, que el clima organizacional sea bueno, ya que este es el que refleja las actitudes, comportamientos y satisfacción de los empleados tanto en la organización como en el trato que le da a los clientes.
- **Mayor valor del servicio:** se crea valor para el cliente y la entrega del servicio es más eficiente y eficaz.
- **Fidelización de los Clientes:** cuando los clientes quedan satisfechos mantienen la lealtad y por ende vuelven al restaurante y lo recomiendan a sus amigos.
- **Empleados satisfechos:** cuando los empleados están satisfechos con el trato que la organización les brinda, son leales a ésta y, por ende, son mejores trabajadores.

2.9 TÁCTICAS DE VENTAS

2.9.1 Táctica Efectiva 1 La Venta Sugerente.

Ayudar al cliente por medio de sugerencias para que este haga su mejor elección, dejándolo completamente satisfecho y además como negocio hacer la mejor venta con el mayor rendimiento posible. Para este fin los meseros deberán ser eficientes los cuales actuarán como un vendedor que vende platillos del menú sugestivamente.

2.9.2 Táctica Efectiva 2 El Servicio al Cliente.

Crea estándares en el servicio, que identifiquen al Restaurante Aquarium con un servicio de primera clase desde el saludo hasta la despedida. Al tratar bien a los clientes, se mejorará su experiencia gastronómica y aumenta las posibilidades de que ellos regresen más continuamente al negocio.

3. ESTUDIO TÉCNICO

El objetivo central del análisis técnico es determinar si es posible elaborar y vender el producto/servicio con la calidad, cantidad y costo requerido. Para ello es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, suministros, consumos unitarios, procesos, ordenamiento de procesos, recursos humanos en cantidad y calidad, proveedores, entre otros. En este orden de ideas, en secuencia lógica, una vez se ha definido que producto o que servicio y las cantidades anuales que de ese producto o de ese servicio se van a ofrecer con el proyecto, en el estudio técnico y operacional se debe resolver los siguientes componentes.

3.1 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Restaurante Aquarium ofrece en primera instancia un producto y se complementa con un servicio, de tal forma que la ingeniería de este proyecto debe abordar ambos elementos para su correcto análisis.

3.1.1 El Producto.

El resultado de la combinación de materia prima biológica y legalmente comestible, principalmente pescado y mariscos, sometido a los diferentes sistemas de preparación que se conocen culinariamente dando como resultado el producto principal de Restaurante Aquarium, al que se llamará “Plato alimenticio”.

Un plato alimenticio, se diferencia de otro básicamente por el sistema de producción utilizado y presentación, además de sutiles sabores logrados por elementos complementarios.

Restaurante Aquarium originará sus costos a partir del proceso de elaboración y disposición para el consumo de los siguientes productos:

- **Arroz con Camarón:** Exquisita combinación de camarones, arroz, y verduras acompañada de papas a la francesa.
- **Bagre en salsa:** Una generosa posta de bagre, bañada con salsa criolla acompañada de arroz.
- **Cazuela de mariscos:** Espectacular combinación de langostinos, camarón, calamar, pulpo, filete de robalo, y queso mozzarella, servido con patacón.
- **Mojarra frita:** Deliciosa mojarra acompañada de ensalada tropical y patacón.
- **Trucha marinera:** Deliciosa trucha al estilo mariposa, bañada en salsa de mariscos, gratinada y acompañada de papas a la francesa.

Es procedente precisar las siguientes características elementales del Producto:

- **Estética:** guarda un estándar de presentación pero nunca un plato es 100% igual a otro ya que el pescado y el marisco no son moldeados es al corte natural y toma forma, color y textura única, cada plato en su presentación refleja unas condiciones únicas del pedido que son captadas al momento del servicio inicial a la toma de pedido.
- **Funcionalidad:** este elemento se da en dos formas, el plato como tal tiene la funcionalidad de brindar al cliente, satisfacción al gusto, satisfacción alimentaria pero ante todo brindar elementos nutritivos que brinden bienestar al instante y al futuro del cliente. Por el lado del servicio, la funcionalidad se refleja en comodidad, seguridad y bienestar emocional por la atención recibida.

- **La durabilidad:** frente al producto cada plato por política de restaurante Aquarium debe ser servido al cliente al momento determinado con un lapso de tiempo del servicio a la mayor brevedad posible, ya que la comida se debe servir caliente con productos lo más frescos posibles. Es cierto que un plato de mar puede ser consumido instantáneamente hasta por más de 24 horas de haber sido procesada, por política interna de calidad un plato terminado se servirá máximo dentro de los 15 minutos siguientes a su elaboración.

El plato elaborado y dejado después de los 15 minutos estipulados, el plato se le hará una baja (perdida) en la producción ya que es un plato que no cumple con los estándares de calidad estipulados dentro de las normas de la empresa, por lo tanto es un plato no apto para el consumo.

Por metodología de presentación del presente documento en el ánimo de demostrar como el restaurante Aquarium representa una innovadora forma de venta de pescados y mariscos, se presentaran a continuación cinco tabulados correspondiente a igual número de platos de los muchos más que se podrá encontrar en restaurante Aquarium.

Cuadro 4. Tabulados de ingredientes y costos por modalidad de los platos (Arroz con Camarón)

MATERIALES DIRECTOS Arroz con camarón		
INSUMO	Costo x Unid	TOTAL
arroz 200g	400	328,548
plátano 250g	300	246,411
camarones 200g	4000	3,285,484
tomate 100g	300	246,411
cebolla cabezona 100g	300	246,411
lechuga Batavia 200g	300	246,411
pimentón 50g	200	164,274
agua 1/4 litro	500	410,685
repollo 60g	200	164,274
TOTAL MD	6,500	5,338,911
COSTO SIN MOD Y SIN CIF		6,500

Fuente: Los Autores.

Cuadro 5. Tabulados de ingrediente y costos por modalidad de los platos (Bagre en Salsa)

MATERIALES DIRECTOS Bagre en Salsa		
<i>INSUMO</i>	<i>Costo x Unid de 250 Gr</i>	TOTAL
arroz 200g	400	87,455
plátano 250g	300	65,591
bagre 500g	4000	874,551
crema de leche 1/8Litro	1100	240,502
tomate 100g	300	65,591
cebolla 100g	300	65,591
lechuga Batavia 200g	300	65,591
repollo 60g	200	43,728
limón 50g	100	21,864
agua 1/4 Litro	500	109,319
TOTAL MD	7,500	1,639,783
COSTO SIN MOD Y SIN CIF		7,500

Fuente: Los Autores.

Cuadro 6. Tabulados de ingrediente y costos por modalidad de los platos (Cazuela de Mariscos)

MATERIALES DIRECTOS cazuela de mariscos		
<i>INSUMO</i>	<i>Costo x Unid de 250 Gr</i>	TOTAL
arroz 200g	400	297,859
plátano 250g	300	223,394
mariscos 200g	5000	3,723,231
crema de leche 7 onzas	1400	1,042,505
tomate 100g	300	223,394
cebolla 100g	300	223,394
lechuga Batavia 200g	300	223,394
agua 1/4 litro	500	372,323
TOTAL MD	8,500	6,329,493
COSTO SIN MOD Y SIN CIF		8,500

Fuente: Los Autores.

Cuadro 7. Tabulados de ingrediente y costos por modalidad de los platos (Mojarra Frita)

MATERIALES DIRECTOS Mojarra frita		
INSUMO	Costo x Unid de 250 Gr	TOTAL
arroz 200g	400	227,381
plátano 250g	300	170,536
mojarra 500g	3900	2,216,964
tomate 100g	300	170,536
cebolla cabezona 100g	300	170,536
lechuga Batavia 200g	300	170,536
repollo 60g	200	113,690
limón 50g	100	56,845
agua 1/4 Litro	500	284,226
TOTAL MD	6,300	3,581,249
COSTO SIN MOD Y SIN CIF		6,300

Fuente: Los Autores.

Cuadro 8. Tabulados de ingrediente y costos por modalidad de los platos (Trucha Marinera)

MATERIALES DIRECTOS trucha		
INSUMO	Costo x Unid de 250 Gr	TOTAL
arroz 200g	400	82,563
plátano 250g	300	61,922
mariscos 150g	2500	516,019
crema de leche 1/8 litro	1100	227,048
tomate 100g	300	61,922
cebolla cabezona 100g	300	61,922
lechuga Batavia 200g	300	61,922
agua 1/4 litro	500	103,204
trucha arcoíris 500g	4000	825,631
TOTAL MD	9,700	2,002,154
COSTO SIN MOD Y SIN CIF		9,700

Fuente: Los Autores.

Del anterior tabulado se toma el valor de costo de producción de cada modalidad para calcular un promedio de su valor y demostrar que de esta forma es viable vender pescados y mariscos por gramos brindando al cliente la oportunidad de mezclar texturas presentaciones sin que ello variara su precio. El segundo producto que ofrece restaurante Aquarium, es el complemento que consiste en todos los productos que acompaña el pescado y los mariscos, así de esta manera se muestra los diferentes productos con sus combinaciones.

3.2 METODOLOGÍA PARA EL ESTUDIO DE LA INGENIERÍA DEL PROYECTO

Restaurante Aquarium será indudablemente una empresa con fines comerciales, de rentabilidad económica y social, nace como micro empresa con participación de Socios como persona natural.

3.2.1 Ámbito del Proyecto.

El proyecto puede enmarcarse en el ámbito de la gastronomía y la alimentación. La experiencia demuestra que el buen servicio estimula el consumo del buen comer, se comporta como un valor agregado que trae bienestar y satisfacción al cliente.

3.2.2 Tamaño del Proyecto.

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para la circunstancia y el tipo de proyecto de que se trata. Es decir el tamaño del proyecto es una función de capacidad de producción, del tiempo, y de operación en conjunto.

Los platos con mayor demanda son la cazuela de mariscos que tiene un comportamiento porcentual del 31.05%, seguido del arroz con camarón que tiene un 27.14%, estos platos son muy sugeridos por los clientes, pero al observar que tiene menos demanda los otros productos lo que se busca es que con un acuario se incremente las ventas paulatinamente.

El promedio de comportamiento de la demanda de los 5 platos es de 102.

Cuadro 9. Comportamiento de la demanda

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA POR PLATO AL DIA						
PLATOS	DIA 1	DIA 2	DIA 3	DIA 4	PROMEDIO	Comportamiento porcentual por producto
Arroz con camarón	26	28	30	27	28	27.14%
Bagre en salsa	10	11	14	8	11	10.51%
Cazuela de mariscos g	32	40	25	30	32	31.05%
Mojarra frita	20	18	21	20	20	19.32%
Trucha marinera	13	7	13	16	12	11.98%
					102	

Fuente: Los Autores.

3.2.3 Selección de la Maquinaria y Equipos Requeridos.

La maquinaria y los equipos son aquellos bienes industriales que van a permitir y facilitar el proceso de producción en el restaurante, entre ellos se encuentran:

- Freidor
- Refrigerador
- Estufa industrial
- Balanza eléctrica
- Neveras
- Instrumentos de cocina tales como jarras de cristal, cucharas, cuchillos, tenedores, pinzas, pailas, sartenes, ollas, cristalería, cazuelas de barro.

A continuación se puede apreciar el cuadro correspondiente a los costos de las máquinas y equipos necesarios para la operación del restaurante:

Cuadro 10. Costo Total de Maquinaria

EQUIPOS Y MAQUINARIA	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Refrigerador	1	3,210,000	3.210.000
Estufa industrial	1	6,000,000	6.000.000
Balanza eléctrica	1	350,000	350.000
Neveras	2	2,500,000	5.000.000
Fritador	1	5,000,000	5.000.000
Jarras de cristal	5	5,000	25,000
Cucharas soperas	50	2,000	100,000
Juegos de cuchillos y tenedores	100	3,500	350,000
Juegos de recipientes plásticos	20	10,000	200,000
Cucharones y pinzas	10	3,000	30,000
Pailas	5	15,000	75,000
Sartenes	5	10,000	50,000
Cristalería	6	8,000	48,000
Cazuela de barro	20	5,000	100,000
Juegos de Ollas	6	140,000	840,000
Jamos de pesca	3	12,000	36,000
Guantes de pesca	2	6,000	12,000
Caja de plástico	3	4,000	12,000
			\$21.438.000

Fuente: Los Autores.

Este cuadro especifica qué maquinaria y equipo es requerida para el funcionamiento del restaurante y los costos de cada uno de estos instrumentos. Su total es de \$21.438.000 pesos colombianos.

Para mayor ilustración de lo requerido se elaboró un cuadro donde contiene la descripción detallada de cada uno de los equipos que se van a implementar en el restaurante:

Cuadro 11. Descripción de equipo

ELEMENTO	DESCRIPCIÓN		
	Horno asador industrial 4 quemadores, horno asador 1 pie, plancha 2 pies, grafiado, para gas natural, con su campana extractora de gases y doors en acero inoxidable.		Utensilios, platos, vajillas, marmitas básicas operativas dentro del área de la preparación de los alimentos, con propiedades antideslizantes, de aceros templados inoxidables, que permiten una mejor cocción de los alimentos.
	Refrigerador industrial. Tiene un sistema sobredimensionado y balanceado con temperaturas de 0.5°C - 3.7°C congeladores que mantienen la temperatura de -23.3°C que mantienen los pescados y mariscos conservados, termómetro en el exterior, iluminación interior incandescente.		Cristalería. La calidad de esta cristalería se manifiesta en su transparencia, delicadeza y dureza, es una relación de porcentajes cristallino, de vidrio antirresistente a golpes y cambios de temperatura.
	Balanza Eléctrica. Tiene una bandeja estandar hecha de acero inoxidable para un peso máximo de 100 g y un peso máximo de 50 kg, es un instrumento de dosificación de insumos para las recetas.		Cuchillos y Pijas. Utensilios de cocina que permiten una serie de acciones fundamentales en la cocina, sólida de policarbonato, con mango ancho para un agarre sólido y ergonómico, incluye respaldo con muesca para descansar en los respaldos.
	Hera. Tiene refrigeración compacta monobloque, con sistema de 17 bandejas gástricas con aislamiento de poliestireno, desagüe en el interior de la cámara, control de temperatura final de desecarcho, grupos frigoríficos independientes para cada cámara.		Cubeta de Barro. Es un recipiente que se emplea para dar un aspecto estético al ser servido, este preserva el calor de los alimentos. Diseñada con un barniz reflectante en forma atesada resistente para horno y fuego directo.
	Fritador. Es una herramienta a gas que se utiliza principalmente para freír los contenedores y adicionales que se necesitan para los platos principales, tiene un termostato de regulación y un termostato de seguridad.		Cubiertos. Están diseñados en acero inoxidable, que los protege de la corrosión, con una capa muy fina de óxido de cromo.
			Cuchillos: Son de acero inoxidable con aleaciones de carbono con un excelente afilado. Este es un utensilio fundamental en la cocina.
			Jamos de pesca: Instrumentos que están diseñados para capturar un pez sin carnada, están hechos a base de fibras sintéticas. Los hilos de rafia poseen una alta resistencia además de ser un uso práctico y económico.
			Guantes de Pesca: Están diseñados, con una capa de PVC formulada para dar alta resistencia, con una capa granular adicional, triplica sumergido, en la porción de la mano a conferir apretón excelente en mojado / secarse, acfresh que protege contra organismos y contaminación.
			Caja de plástico: Esta diseñada con polietileno de alta densidad (PEAD) apilable y anidable, especial para la pesca.

Fuente: Los Autores.

3.2.4 Los Edificios, Estructuras y Obras de Ingeniería Civil.

Se tomará en alquiler una casa de una planta que esté enmarcada dentro del diagnóstico de micro localización del proyecto y que cumpla básicamente con los siguientes parámetros:

- Frente mínimo de 8 metros.
- Un salón principal con capacidad para 50 personas.
- Zona amplia de servicios, preparación, espacio adecuado para desechos y basuras.
- Buena ventilación.
- Debe ser confortable, seguro y permitir la decoración alternante o combinada sintética y/o natural.

3.3 DIAGRAMAS Y PLANES DE DESARROLLO

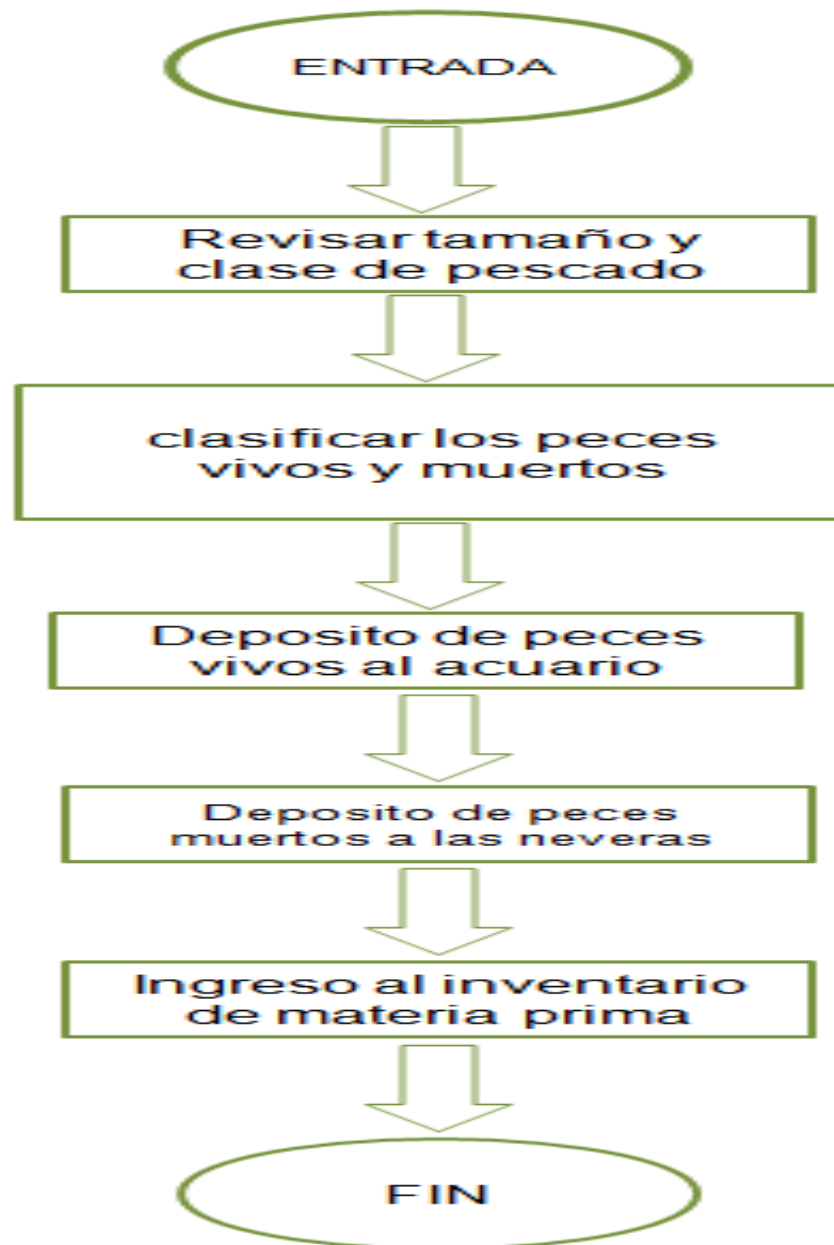
3.3.1 Plan Funcional General.

Para comprender el Plan Funcional es necesario recordar que la diversidad de los platos garantizara la satisfacción del buen gusto y aprecio por el buen comer de los clientes.

La innovación de esta idea de negocios, es que el cliente podrá escoger por un buen precio, un plato lleno de frescura, texturas, tipos de pescados y mariscos mezclando los diferentes sabores, combinándolos con los diferentes complementos, que finalmente Aquarium vende.

El local tendrá decoración con plantas, debe primar una construcción con buenos acabados; la decoración en pinturas y cuadros deben reflejar el amor por la naturaleza que incentive la sana costumbre de consumir pescados y mariscos.

Figura 1. Diagramas de flujo de procesos de Recepción de Alimentos



Fuente: Los Autores.

Figura 2. Diagramas de flujo Proceso de Cocina



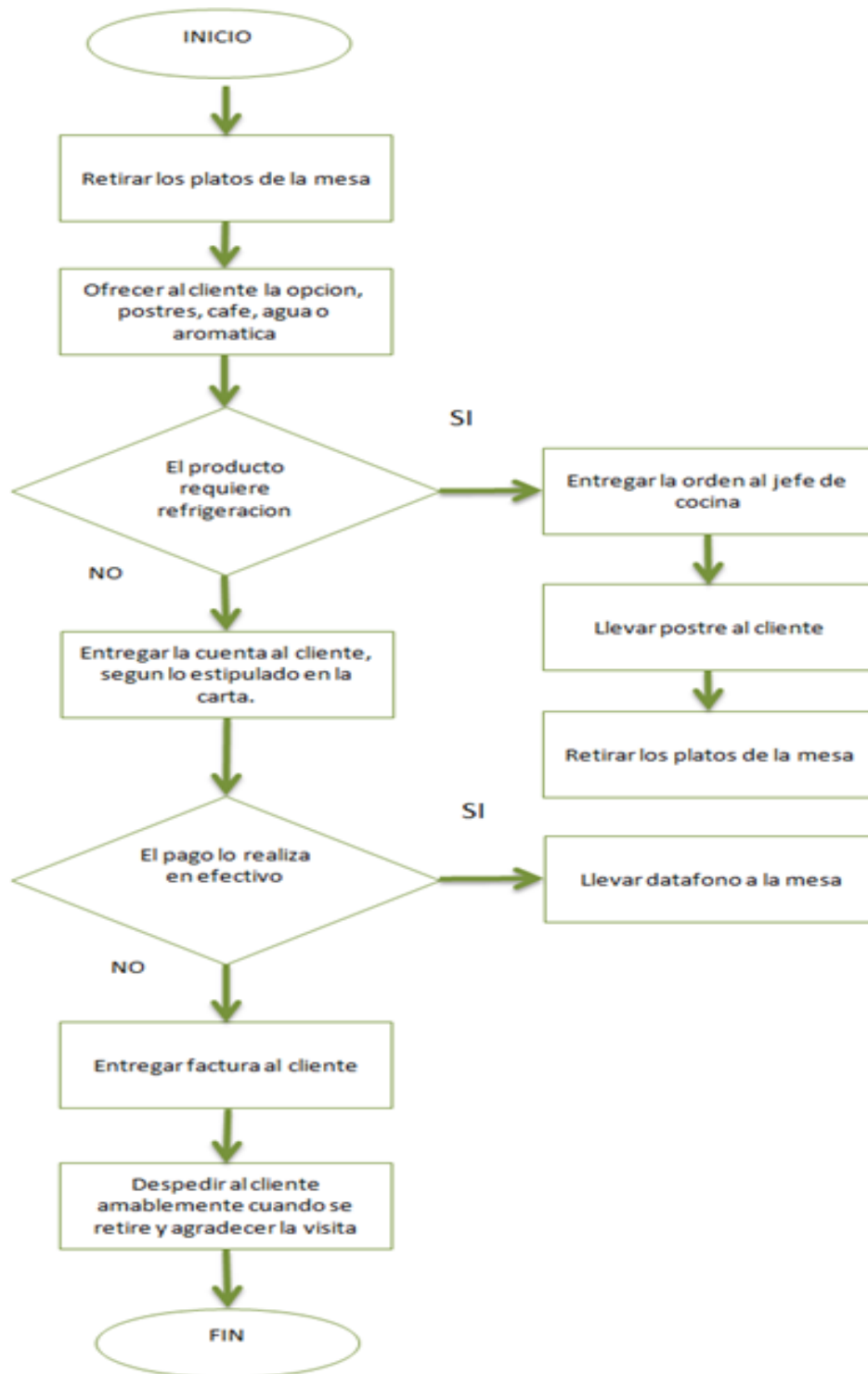
Fuente: Los Autores.

Figura 3. Diagramas de flujo Proceso de Recepción del cliente



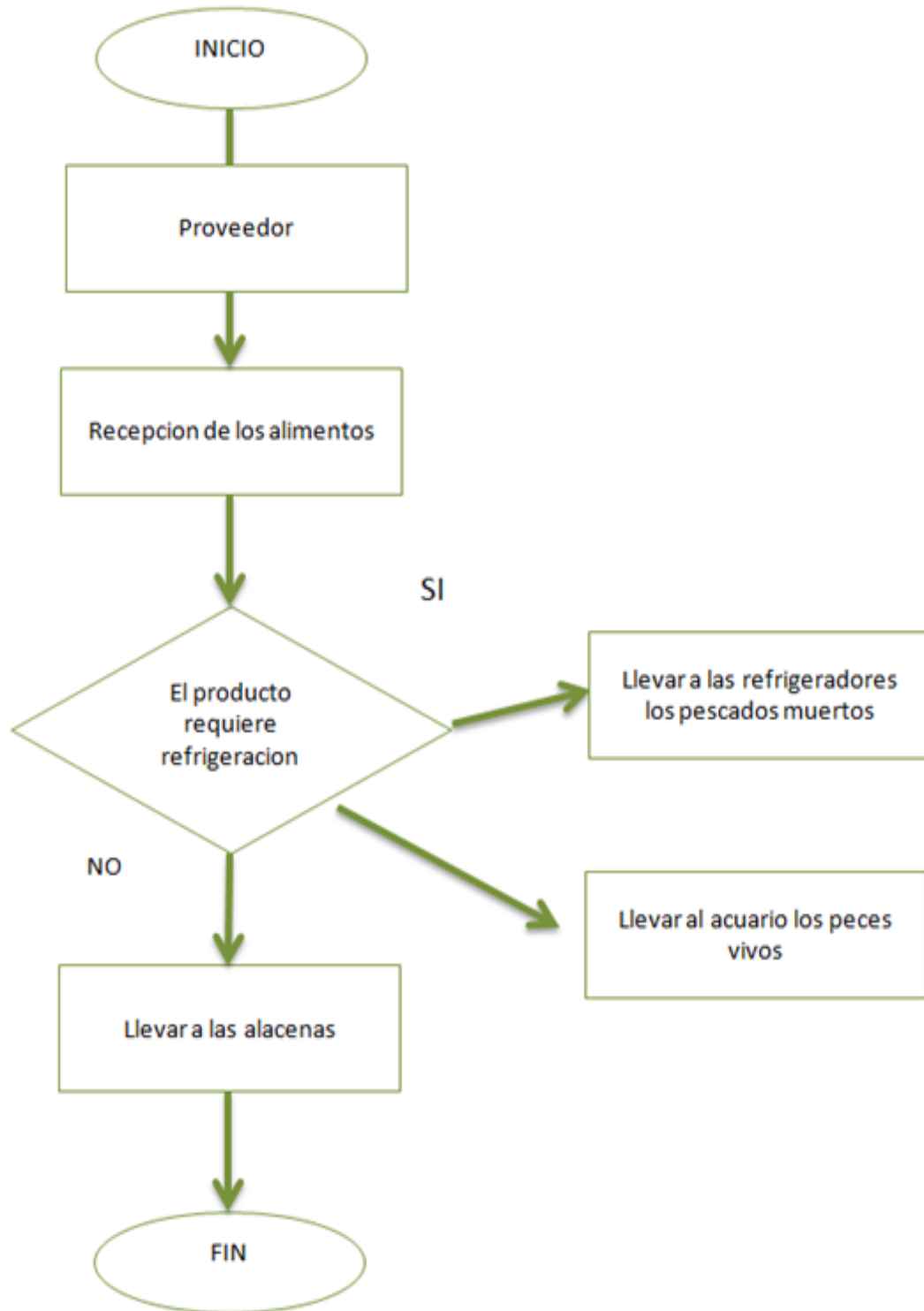
Fuente: Los Autores.

Figura 4. Diagramas de flujo Proceso Pago del cliente



Fuente: Los Autores.

Figura 5. Diagrama de flujo proceso proveedores



Fuente: Los Autores.

3.3.2 Tecnología.

Restaurante Aquarium para lograr el máximo rendimiento y calidad en el restaurante contara con un moderno equipamiento y las más avanzadas tecnologías, están orientados hacia el ahorro de energía.

Dentro de la tecnología a utilizar en el restaurante, se adquirirán los siguientes elementos:

- Computador HP L1908W
- Impresora Kyocera 208
- Impresora Pos Epson Tm-T20

A continuación se puede apreciar el cuadro correspondiente a los costos de los equipos:

Cuadro 12. Costo Total de Tecnología

EQUIPO	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador HP L1908W	3	1,300,000	3,900,000
Impresora Kyocera 208	1	450,000	450,000
POS Epson Tm-T20	1	420.000	420.000
			\$4.770.000

Fuente: Los Autores.

Este cuadro especifica los equipos para el funcionamiento del restaurante y los costos de cada uno de estos instrumentos. Su total es de \$4.770.000 pesos colombianos.

Para mayor ilustración de lo requerido se elaboró un cuadro que contiene la descripción detallada de cada uno de los equipos que se van a implementar en el restaurante:

Cuadro 13. Descripción de tecnología

ELEMENTO	DESCRIPCION
	<p>Computador: Hp L1908W todo en uno, con un tamaño de 23.6 pulgadas, cuenta con un dispositivo de resolución HD, incluye una tarjeta grafica NVIDIA de 1 GB y puertos tanto USB 2.0 como USB 3.0., cuenta con conexión NFC</p>
	<p>Impresora: Kyocera 208 laser, imprime desde 20 páginas por minuto hasta 60, a color o en blanco y negro, impresión a doble cara de manera automática, múltiples opciones de entrada de papel, bajos consumos y menores niveles de ruido.</p>
	<p>Impresora: Pos Epson Tm-T20 es térmica (No requiere tinta) para imprimir recibos fiables y con bajo costo de mantenimiento, fácil de configurar, compatible con todos los sistemas operativos actuales, de bajo consumo eléctrico.</p>

Fuente: Los Autores.

3.3.3 Selección del Equipo.

C.I talsa S.A. es el mayor proveedor de maquinaria e instrumentación para restaurantes, está ubicado en Cali en la calle 15 No. 3-23 y luego de haber realizado 3 tres cotizaciones da los mejores precios a compra de contado con una

diferencia de precio de 30% más económico con respecto al segundo proveedor Home Center Cali.

La Bodeguita, es una empresa de mercado tecnológico especializado en la venta de suministros y accesorio a precios asequibles, se encuentra ubicada en Cali en el C.C. La Pasarela Local 108 121.

3.3.4 Calculo de Cantidades de Materia Prima e Insumos.

Para indicar con precisión de la materia prima e insumos cada producto es costado de acuerdo a la cantidad y característica especial de cada plato, sin embargo poco modifica la constitución representativa del costo del producto.

3.4 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Se utilizarán las técnicas necesarias para evaluar alternativas de ubicación para el restaurante, esto permitirá determinar los factores que de forma global se pueden reunir en los siguientes grupos:

- La suma de los costos de transporte de insumos y productos
- Disponibilidad y costos relativos de la mano de obra y los insumos
- Los factores ambientales

Estos factores ayudan a estructurar la macro y micro localización del proyecto ya que son requerimientos necesarios para lograr que el cliente tenga un acercamiento al servicio, brindándole las condiciones necesarias para su seguridad, agrado y comodidad

3.5 MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

De acuerdo al análisis de la oferta, el proyecto se ubica en Colombia, en el departamento del Valle del Cauca, en el municipio de Yumbo.

Imagen 14. Mapa Referencial de ubicación.



Fuente: (Gobernación Valle del Cauca, 2006)

Yumbo tiene los siguientes datos según (Alcaldía Municipal de Yumbo, 2012).

- **Ubicación:**

Barrios principales: Belalcazar, Uribe, Bolívar, Lleras, Guacanda, Portales de Comfandi, Las Américas, Juan Pablo, Puerto Isaac, Corvivalle, entre otros

- **Localización:** *Sur Occidente colombiano en el Departamento del Valle del Cauca*

- **Límites:** *Limita al Norte con el municipio de Vijes, por el sur con la ciudad de Santiago de Cali, por el oriente con el Municipio de Palmira, al occidente con el Municipio de La Cumbre y con la cordillera Occidental.*

- **Relieve:** La superficie de Yumbo tiene en su parte plana 5.740 hectáreas y 11.540 hectáreas montañosas.
- **Altura:** Yumbo está localizado a 1.021 metros sobre el nivel del mar.
- **Extensión:** El territorio de este municipio abarca un área total de 227.89 kilómetros cuadrados.
- La distribución de las tierras en los distintos pisos térmicos favorece la variedad de cultivos que se realizan en este municipio.
- **Temperatura:** La temperatura en la cima de la cordillera es de 16 grados centígrados, aunque no es muy exacto debido a que existen otros factores que influyen sobre la temperatura y que hacen que varíe, como el viento y la nubosidad.
- **División Geográfica:** Área Rural: 10 corregimientos, 16 veredas, Área Urbana: 4 Comunas, 23 Barrios.

3.5.1 Fuentes de Materias Prima.

Yumbo es un municipio industrial y empresarial lo que facilitara la adquisición de implementos y materias primas, además de su cercanía a Cali y demás municipios como Vijes, Dapa, Mulaló, permite tener una posición estratégica para el desarrollo de los objetivos del proyecto.

3.5.1.1 Disponibilidad de Mano de Obra.

Para la realización de las diversas actividades del proyecto es importante contar con un personal capacitado para cumplir a cabalidad con el servicio a ofrecer.

A continuación se detalla la nómina necesaria para el cumplimiento de los objetivos organizacionales:

Cuadro 14. Nomina en Pesos

CARGOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Administrador	16,105,440	16,603,098	17,092,889	17,574,909	18,049,432
Cajero	8,672,160	8,940,130	9,203,864	9,463,413	9,718,925
Mesero 1	7,303,198	7,528,866	7,750,968	7,969,545	8,184,723
Mesero 2	7,303,198	7,528,866	7,750,968	7,969,545	8,184,723
Totales	39,383,995	40,600,961	41,798,689	42,977,412	44,137,802
ITEM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salarios	39,383,995	40,600,961	41,798,689	42,977,412	44,137,802
Auxilio	2,620,231	2,701,196	2,780,882	2,859,302	2,936,504
Cesantías	3,498,952	3,607,070	3,713,478	3,818,198	3,921,290
Intereses cesantías	420,042	433,022	445,796	458,367	470,743
Primas	3,498,952	3,607,070	3,713,478	3,818,198	3,921,290
Vacaciones	1,642,313	1,693,060	1,743,005	1,792,158	1,840,546
Salud	0	0	0	0	0
Pensiones	4,726,079	4,872,115	5,015,843	5,157,289	5,296,536
ARL	205,821	212,181	218,440	224,600	230,664
Caja de Compensación	1,575,360	1,624,038	1,671,948	1,719,096	1,765,512
ICBF	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0
Totales	57,571,745	59,350,712	61,101,558	62,824,622	64,520,887

Fuente: Los Autores.

3.5.1.2 Facilidad de Transporte.

El municipio de Yumbo cuenta con medios de transporte de excelente calidad en el cual se hará más fácil de acceso a las diferentes zonas del perímetro urbano y rural.

Dentro del perímetro urbano y rural se cuenta las siguientes opciones:

- Tren: recorrido desde Cali pasa por Yumbo y llega a la Cumbre
- Bus: para personas numerosas
- Busetas: para recorrido dentro del Municipio
- Balsa: recorre el paso de la torre, en el río Cauca

Imagen 15. Medios de Transportes de Yumbo.



Fuente: (Alcaldía Municipal de Yumbo, 2011).

3.5.1.3 Fuentes de Suministro de Agua.

La administración del municipio de Yumbo ha resaltado la importancia no solo de los servicios públicos sino la conservación de las fuentes hídricas con las que se cuenta, para así garantizar que ese recurso natural trascienda en el tiempo.

La entidad que ofrece el suministro de Acueducto y Alcantarillado en la Empresa de Servicios Públicos de Yumbo ESPY S.A. ESP, que es una organización que permite fácil acceso a este servicio.

3.5.1.4 Disponibilidad de Energía Eléctrica y Combustible.

La prestación de energía eléctrica es provista por Emcali, esta entidad brinda un servicio que da bienestar a la población y demás empresas que están ubicadas en este municipio.

Yumbo cuenta con una amplia red de bombas de combustible como gas natural, diesel, gasolina corriente. Todas están a disposición del restaurante pues este contara con los servicios básicos para su buen funcionamiento.

3.5.1.5 Disposiciones Legales, Fiscales o de Política Económica. El restaurante Aquarium será conformado bajo principios legales y cumplirá con los requisitos y normatividades que se exigen para su creación.

Para esta constitución que se comprenden las siguientes actividades:

En la Cámara y Comercio se debe presentar para el registro:

- Documento privado debidamente reconocido por el funcionario delegado de la cámara de comercio o la escritura pública de la constitución de la entidad, junto con los estatutos.
- Las actas que contengan las reformas estatutarias y nombramientos de los administradores y revisores fiscales.
- Los libros principales de contabilidad: Libro mayor, balance general y libro diario.
- Los libros de actas de la asamblea de asociados o fundadores, juntas directivas y consejo de administración y demás respecto de las cuales la ley establezca esta formalidad.
- Para proceder a la inscripción de los libros, es necesario que la entidad se encuentre registrada en la Cámara de Comercio. Debe entonces presentarse carta dicha inscripción.

Conociendo los procedimientos para la creación del restaurante, cabe resaltar que estas entidades a diferencia de los otros tipos de organización buscan el beneficio colectivo y social, dentro de los principios más representativos están la democracia, la independencia total frente al estado pero esto no quiere decir que no sean la independencia total frente al estado pero esto no quiere decir que no sean reguladas por el mismo sino que siguen fielmente los estatutos establecidos en su constitución, dentro del plan de desarrollo departamental.

3.5.1.6 Condiciones Climáticas.

Gracias a la posición geografía de la región, el municipio de Yumbo cuenta con diversidad de climas, desde cálido hasta frío en corregimientos como Dapa, Santa

Inés, además de la Cumbre que es un municipio cercano. Para el desarrollo del proyecto es de mayor conveniencia contar con un clima estable que permita el flujo de clientes.

3.5.1.7 Acciones para evitar la Contaminación del Medio Ambiente.

Para evitar la contaminación en Yumbo se creó un programa que tiene como objetivo principal estimular el crecimiento de los bosques, adquisición de predios de interés hídricos, la conservación de la flora y la fauna, la atención de desastres a causa de la ola invernal.

3.5.1.8 Zonas Francas.

Yumbo cuenta con una ubicación estratégica respecto a las zonas francas que son la zona franca del Pacífico y la de Palmaseca que sirven de apoyo para el almacenamiento de la producción de las industrias nacionales.

La zona franca del Pacífico es un centro internacional privado con plataforma industrial y de logística ubicado en el departamento del Valle del Cauca.

La zona franca Palmasela es una compañía privada especialista en el desarrollo de la infraestructura, promoción, cumplimiento y aplicación del Régimen Franco.

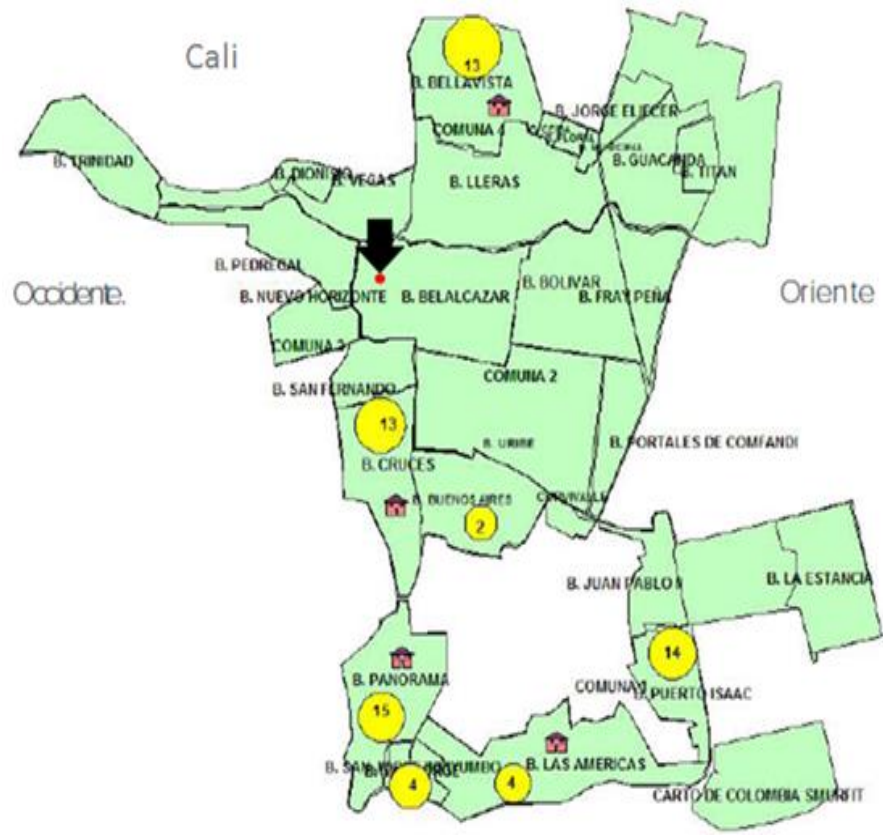
3.6 MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El restaurante se ubicará la comuna 2 estrato 3 en la calle 2 N°. 6 - 65 cerca al sector de El Pedregal, que queda en el perímetro urbano de Yumbo, en la salida para la Cumbre Km 2, se encuentra en una zona muy popular del municipio en

donde se puede encontrar centros recreacionales, discotecas, restaurantes, entre otros. Y por tanto, es una zona atractiva para establecer negocios de este tipo.

Además de esto, es una zona frecuentada por personas entre los 17 y 74 años de edad, de estratos 2 y 3.

Imagen 16. Mapa Del Municipio De Yumbo.



Fuente: (Alcaldía Municipal de Yumbo, 2011)

3.6.1 Tipo de Edificio.

El restaurante estará ubicado en un local de 8mts de frente por 20 mts de largo, con cocina, baños, salón amplio, cuenta con todos los servicios básicos y ubicados en una zona de fácil acceso a la comunidad.

3.6.2 Policía.

Actualmente la estación de policía de Yumbo se encuentra ubicada en las inmediaciones del parque principal Belalcazar, al no tener las condiciones necesarias para su buen funcionamiento se le otorgaron 17 motocicletas para patrullajes, que permiten brindar mejor seguridad a la comunidad yumbeña.

3.6.3 Bomberos.

El cuerpo de Bomberos de Yumbo se encarga de salvaguardar a la comunidad de los incendios forestales que en época de verano incrementan, fallas eléctricas y materiales inflamables, a su vez dan capacitaciones para prevención de emergencia y desastres, manejo de residuos tóxicos, rescate vehicular y asesorías en seguridad industrial.

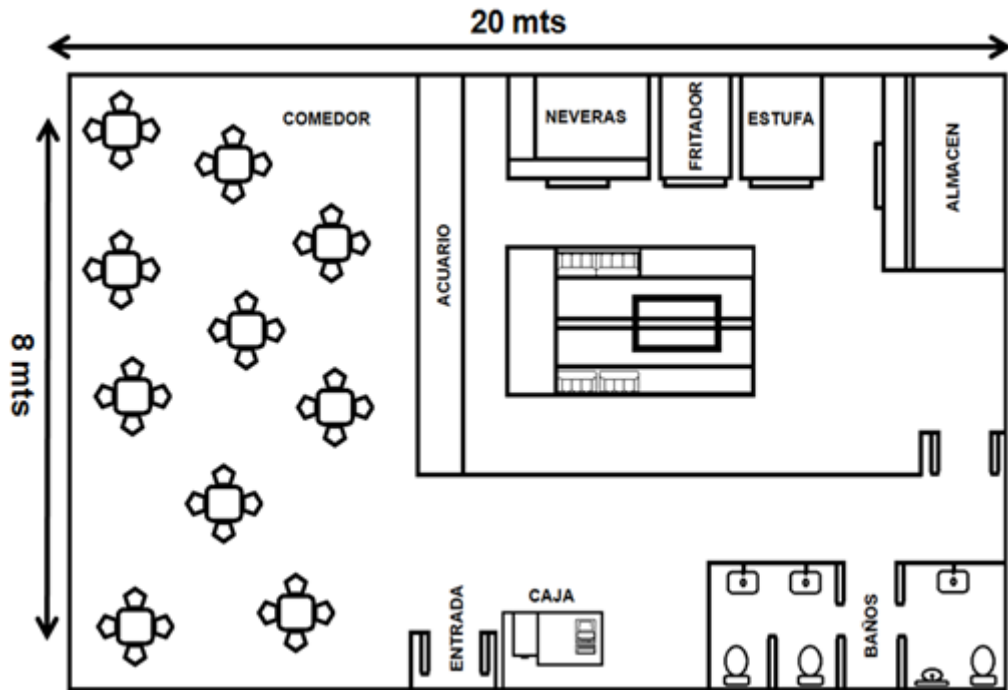
3.6.4 Cercanía al Aeropuerto.

El municipio de Yumbo se encuentra ubicado a 20 minutos del aeropuerto internacional Alfonso Bonilla Aragón, otorgando así una ventaja estratégica en el momento de crear empresa en esta zona del departamento del Valle del Cauca.

3.6.5 Área Requerida y Forma del Sitio.

El restaurante Aquarium contara con unas instalaciones apropiadas y confortables para su buen funcionamiento. Para estar en la capacidad de prestar un servicio de calidad en el cual los clientes no se sientan incómodos el espacio debe ser adecuado por tal la distribución del espacio debe ser correcta.

Figura 6. Plano de distribución



Fuente: Los Autores.

3.6.6 Disponibilidad de Restaurantes.

El municipio de Yumbo cuenta con una gran variedad de restaurantes al servicio de los yumbeños y visitantes tanto en la cabecera municipal como en sus zonas rurales tales como Dapa, Mulaló, La Cumbre que es un municipio cercano; los más representativos son los siguientes: Bariloche ubicado en el kilómetro de 12 vía a Dapa, Ventura ubicado a 13 kilómetros, Balón de Dapa ubicado a 7 kilómetros, La Casona ubicado a 11 kilómetros, El San Miguel, El Pedregal, Zaguán de la Quinta, China Fu Yuan, etc.

3.6.7 Recolección de Basuras y Residuos.

El manejo de los residuos es muy importante para toda la comunidad ya que de este depende la prevención de enfermedades, conservación de la flora y la fauna,

el control de plagas y de mosquitos los cuales traen consigo el dengue y otro tipo de enfermedades; El restaurante le dará un manejo responsable a estos desechos que se ubicaran en canecas de basuras separadas y lejos de almacenaje de alimentos, además que se desinfectaran cada vez que sean vaciadas para que estas no atraigan insectos y roedores.

3.6.8 Impuestos.

Los impuestos que cancelará el restaurante son:

- Reteica: es un impuesto directo que grava toda actividad comercial, industrial o de servicio por ser restaurantes se debe de cancelar el 7.0 %.
- Impuesto al consumo: “Por medio del Decreto 803 del 24 de abril de 2013, el Ministerio de Hacienda reglamentó el impuesto nacional al consumo, creado por la Ley 1607 del 2012”. (Actualícese, 2013). Es un impuesto nuevo, la base gravable del impuesto nacional al consumo en el servicio prestado por los restaurantes y bares está conformada por el precio total de consumo, incluidas las bebidas acompañantes de todo tipo y demás valores adicionales.

3.6.9 Otros contaminantes.

El restaurante realiza una actividad que no genera residuos que pongan en peligro la salud y bienestar de la comunidad de donde se encuentra ubicado, así como también la seguridad y preservación del medio ambiente con el que se cuenta, solo se producirán residuos ordinarios derivados del uso normal. Por lo cual no se contamina el medio ambiente.

4. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL

El análisis organizacional del restaurante Aquarium presenta un modelo basado en principios objetivos coherentes con la razón de ser un proyecto. Para llevar a cabo como una estructura organizacional acorde con las necesidades y expectativas del restaurante enfocado en pescados y mariscos, es importante hacer un acuerdo de proceso de selección del talento humano que contenga perfiles, funciones, responsabilidades, políticas salariales, y de incentivos que conduzcan al éxito y mejoramiento continuo de la organización.

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Es un restaurante de pescados y mariscos, que ofrecerá gran variedad de platos saludables, exquisitos y nutritivos, servidos con alta calidad y excelente precio.

Es un proyecto con características de negocio ambicioso, rentable con competencia casi inexistente.

4.2 MISIÓN

Alimentar con calidad, generando satisfacción plena al deseo y gusto exquisito del ser humano mediante las artes culinarias de buena comida y del buen beber, con una variada gama de sabores, aromas, texturas y presentaciones, que deleitaran el paladar de nuestros clientes.

4.3 VISIÓN

Ser reconocido como el mejor restaurante gastronómico en el municipio de Yumbo-Valle, por su excelente servicio y calidad de los productos, en donde el principal compromiso sea el crear experiencias agradables al paladar de los clientes.

4.4 VALORES CORPORATIVOS

- **Compromiso:** Ejercer liderazgo, vocación de servicio y sentido de pertenencia para dar cumplimiento al objetivo que se ha propuesto.
- **Responsabilidad:** Realizar los procesos bien, para así lograr la satisfacción de los clientes.
- **Eficiencia:** Entregar resultados de calidad en el momento oportuno dando día a día innovación en productos y alternativas.
- **Compañerismo:** Valorar el aporte brindado por cada miembro del restaurante, dándoles un buen trato y así inculcarles el valor de trabajo en equipo.
- **Obrar con Honestidad y Transparencia:** Brindarle al cliente un trato justo y profesional dentro del restaurante.
- **Contribuir con la felicidad de sus clientes:** Ofrecerle productos de altos estándares de calidad a fin de generar plena satisfacción y confianza en el restaurante.

4.5 FILOSOFÍA DE TRABAJO

“Representa las normas informales no escritas que orientan el comportamiento de los miembros de la organización y dirigen sus acciones hacia la consecución de los objetivos organizacionales”. (Chiavenato, 2002).

Aquarium restaurante manifiesta abiertamente su intención de ofrecer unos servicios competitivos a todos sus clientes; por dicho motivo, ha de implantar un sistema de gestión de calidad en el seno de la organización, cuyo principal objetivo es alcanzar la satisfacción esperada por los clientes del establecimiento, a través de una metodología pre establecida y fundamentada en un proceso de mejora continua, demostrando actitudes, creencias, sentimientos, hábitos, valores, existentes en el restaurante.

La calidad no cuesta, es libre, que lo que cuesta es el incumplimiento. Su filosofía de calidad está basada en que las cosas se hagan bien desde la primera vez, ósea tiene un solo patrón de actuación, desempeño libre de errores, "cero defecto", lo cual logra con la prevención.

El sistema de gestión de calidad está diseñado de manera que los servicios que presta de alimentación se lleven a cabo correctamente y de manera eficiente, empleando los medios adecuados para ello y de forma que se alcancen los máximos resultados.

Para cumplir con los objetivos propuestos, el sistema de gestión de calidad establecido está basado en la norma de referencia NTC 9001:2008, se apoya en los siguientes pilares básicos:

- Ofrecer a los clientes un servicio adecuado, que cumpla y supere las expectativas previas de los mismos.
- Dirigir sus esfuerzos a mejorar continuamente la calidad de los servicios ofertados, así como la eficacia de los procesos que lo hacen posible.
- Aportar los recursos necesarios para obtener los resultados previamente definidos.
- Motivar y formar a todo el personal que trabaja en la organización, tanto para el correcto desempeño de su puesto de trabajo como para actuar conforme a los requisitos impuestos por la Norma de referencia.
- Comunicar y difundir el conocimiento dentro de la organización.
- Cumplir los requisitos legales y reglamentarios aplicables a la organización.

Los objetivos aquí plasmados serán siempre comunicados y difundidos entre todo el personal de la organización, así como la presente política de calidad y los Planes Anuales de Calidad establecidos por la organización.

La dirección de Aquarium restaurante se compromete al cumplimiento de dichos objetivos y a su difusión en el seno de la organización, así como a la realización de auditorías internas en las que se revisen esta política y en general el sistema de calidad implantado.

En el área organizacional, la empresa busca establecer una adecuada distribución de responsabilidades y actividades, de modo tal que se facilite el trabajo en equipo y el cumplimiento de los objetivos en las áreas restantes de la empresa.

4.6 COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES

El restaurante debe estar enfocado al cliente, donde busca satisfacer su necesidad, sin importar sus hábitos, costumbres y niveles de riquezas, por tanto las áreas que constituyen la organización del restaurante deben verse del mismo nivel, porque el fallo de una indiscutiblemente tendrá repercusión en la otra.

En el proceso de selección el trabajador debe de demostrar las habilidades, conocimientos y comportamiento que posee, para ingresar al restaurante debe poseer al menos las siguientes exigencias:

Servicio al Cliente: es fundamental para el restaurante que el personal tenga una habilidad adecuada para la atención al cliente, brindándole una buena orientación o sugerencias que permitan que el quede satisfecho con los productos y servicios ofrecidos.

Orientación al Logro: implica que el personal debe tener una capacidad para actuar con velocidad y sentido de urgencia para resolver inquietudes o necesidades que surjan con el cliente o el restaurante.

Compromiso Organizacional: son las actitudes del personal por medio de las cuales demuestran su destreza para hacer parte del restaurante, es decir que se coloca la camiseta y se siente parte de él, esta actitud es de gran beneficio ya que significa contar con personas comprometidas y que trabajan no solo para alcanzar un objetivo personal sino también por el éxito de restaurante en general.

Trabajo en Equipo: el personal debe desarrollar una habilidad para tener una unión armónica que permita cumplir con los objetivos organizacionales del restaurante, basándose en el respeto, la colaboración e interés en el otro, es

necesario además contar con capacidades como facilidad para la comunicación y relaciones interpersonales igualmente poder expresar las opiniones dentro de un grupo. El personal debe de estar dispuesto a trabajar en equipo en donde implica compromiso, liderazgo, armonía, responsabilidad, creatividad, voluntad, organización y cooperación entre cada uno de los miembros.

Flexibilidad, Innovación y Creatividad: se busca tener destreza para mejorar en el trabajo, que sea flexible con los pensamientos y opiniones de los demás integrantes de la organización, que tengan aportes creativos a partir de la experiencia que posean para el mejoramiento del restaurante. Desarrollar la innovación y la creatividad proporciona y genera un ambiente saludable cuando se trabaja en equipo.

4.7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

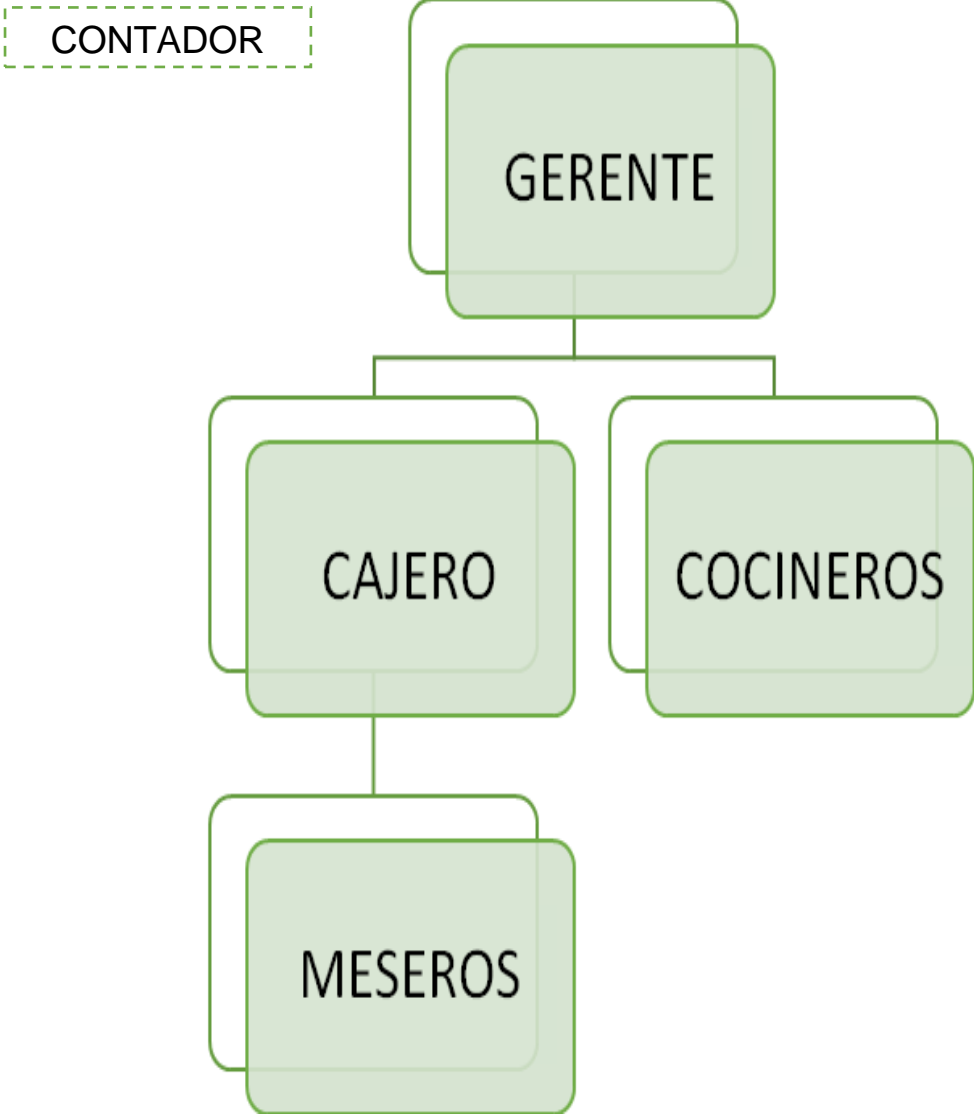
Se establecerá un departamento de administración, este se encargara de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades del restaurante, esto con la finalidad de cumplir con las metas y objetivos propuestos. También se dedicara a crear estrategias que ayuden a incrementar clientes e ingresos que beneficien a la organización.

La estructura del restaurante debe ser funcional y lineal a la vez, se caracteriza por la división de tareas y la agrupación de personas en unidades, conservando así la especialización de cada una de ellas. El restaurante está estructurado para tener pesos y contrapesos en una cadena de mando organizada.

4.7.1 Distribución de cargos.

Para dar apertura al Restaurante se necesitan como mínimo establecer los siguientes puestos de trabajo.

Figura 7. Organigrama



Fuente: Los Autores.


4.8 ANÁLISIS DE CARGOS

Cuadro 15. Distribución de cargos Administrador

MANUAL DE FUNCIONES	
	
CODIGO: 001	
NOMBRE DEL CARGO: Administrador	SALARIO: \$1.342.120
DESCRIPCION DE FUNCIONES: * Velar por la planificación de tareas y procesos globales encaminados al cumplimiento de los objetivos empresariales. * Planificar, dirigir, controlar y evaluar las tareas del funcionamiento estratégico del Restaurante. * Buscar relaciones comerciales tendientes a garantizar crecimiento y mejora continua de los procesos así como la expansión de la empresa. * Elabore una relación de las Tareas Secundarias que corresponden a este cargo y el porcentaje de tiempo laboral se estima dedica a cada una de ellas. * Rendir Informe A la junta de Socios Anualmente * Establecer las prioridades de compras y Stock * Velar continuamente por el buen ambiente laboral	
PERFIL DEL COMPETENCIAS	
CONCEPTO:	REQUISITOS MINIMOS:
Administrador de Empresa	* Ser profesional titulado, * gran conocimiento en la rama financiera, manejo del personal, buena presentacion, estrategia de ventas.
EXPERIENCIA	2 años en el cargo
HABILIDADES: toma de decisiones, evaluar de forma inteligente, identificar problemas en la parte de la organización, trabajo en equipo, adaptarse a diferentes entornos.	
RESPONSABILIDADES: manejo de de informacion, manejo de dinero, titulos o documentos afines, supervision del trabajo de otras personas, usu de materiales y equipo.	


Fuente: Los Autores.

Cuadro 16. Distribución de cargos Cocineros

MANUAL DE FUNCIONES	
	
CODIGO: 002	
NOMBRE DEL CARGO: Cocinero	SALARIO: \$608.600
DESCRIPCION DE FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> * organizacion general de la cocina * elaborar y comprender los menus * hacer los pedido de la materia prima * supervisar la cocina a la hora del servicio * asesora al administrador en la compra de equipos * ser responsable en la parte de lavado, almacen entre otros * controlar los vales o notas de pedido del cliente, * Vigilar la limpieza, orden, aptitudes y actitudes del personal * Confeccionar los menús y cartas a los que pone precio 	
PERFIL DEL COMPETENCIAS	
CONCEPTO:	REQUISITOS MINIMOS:
Cocinero	* Experiencia en cocina, * Carnet de manipulacion de alimentos
EXPERIENCIA	6 meses
HABILIDADES:	
<ul style="list-style-type: none"> *Pensar en los pros y los contras de las diferentes maneras de resolucion de problemas. *Hacer el seguimiento de las tendencias de la gente y su gusto para poder cambian así mejorar. *Entender la reacción de las personas y comprenderlas. *Capacidad de cambio de acuerdo a la reacción de las personas. 	
RESPONSABILIDADES:	
<ul style="list-style-type: none"> *Comprobar la calidad de los alimentos crudos o cocidos para garantizar que se cumplan las normas. *Supervisar las prácticas de sanidad para asegurar que los empleados sigan las normas y reglamentos. *Verificar la cantidad y la calidad de los productos recibidos. *Escuchar y entender lo que la gente dice. *Darse cuenta cuando hay problemas y saber atacarlos a tiempo. *Ordenar o arreglar las cosas *desembolverse bien en el sitio de trabajo y tener las siguientes cualidades (confianza, tolerancia del stress,liderazgo, adaptabilidad y flexibilidad). 	


Fuente: Los Autores.

Cuadro 17. Distribución de cargos – Meseros

MANUAL DE FUNCIONES	
	
CODIGO: 003	
NOMBRE DEL CARGO: Mesero	SALARIO: \$608.600
OBJETIVO GENERAL DE CARGO: es brindar un servicio de alta calidad a los clientes ofreciendo a la gente una sonrisa y una actitud servicial y proporcionar un servicio atento y positivo, para aumentar las ganancias y crear un ambiente agradable.	
DESCRIPCION DE FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> *Limpia mesas, estaciones de servicio, ceniceros, candeleros, menús, lamparas de mesas, charolas, entre otros. *Servir los alimentos a las mesas *Ser responsable del correcto montaje de las mesas *entregar la cuenta y checarque todo este cargado * ofrecer al cliente algun aperitivo mientras llega su pedido 	
PERFIL DEL COMPETENCIAS	
CONCEPTO:	REQUISITOS MINIMOS:
Mesero	* Bachiller, * Responsable, * Sea cumplido con sus horarios y trabajo
EXPERIENCIA	6 meses
HABILIDADES: actitud de servicio, habilidad en el manejo de mesas, prestar atencion inmediata al cliente, tener autocontrol, saber orientar al cliente, solucionar problemas, tener sentido de pertenecia.	
RESPONSABILIDADES: acomodar las mesas, limpiar el establecimiento, estar atento a lo que quiere el cliente, diferenciar tipos de montaje,.	

Fuente: Los Autores.

Cuadro 18. Distribución de cargos – Cajero

MANUAL DE FUNCIONES	
	
CODIGO: 004	
NOMBRE DEL CARGO: Cajero	SALARIO: \$722.608
OBJETIVO GENERAL DE CARGO: es brindar un servicio de alta calidad a los clientes ofreciendo a la gente una actitud servicial y proporcionar un servicio atento y positivo.	
DESCRIPCION DE FUNCIONES: *recibir y verificar los diferentes medios de pago como efectivo, cheques, bonos, tarjetas credito y debito *cuidar el funcionamiento de las cajas y el buen estado de los activos del restaurante *contestar el telefono *elaborar ingresos y egresos por caja *llevar control de cheques a pagar, recibos de pagos y otros	
PERFIL DEL COMPETENCIAS	
CONCEPTO:	REQUISITOS MINIMOS:
Cajero	* Bachiller, * ser una persona discreta, *destreza y buena digitacion en el computador , habilidad en matematicas, *experiencia en servicio al cliente
EXPERIENCIA	6 meses
HABILIDADES: actitud de servicio, personalidad amigable y calida, habilidades de exactitud y matematicas, honestidad, habilidad en el manejo del computador, solucionar problemas,	
RESPONSABILIDADES: recibir los pagos de los clientes, preparar el reporte de caja diariamente, atender a los clientes via telefonica, mantener registros de pagos, hacer conocer a los clientes las especialidades del restauranta y las promociones, ayudar a los meseros con sus responsabilidades si es necesario.	

Fuente: Los Autores.

4.9 MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL

El restaurante Aquarium establecerá programas de planificación de personal para prever futuras necesidades. Se realizara una convocatoria externa con la finalidad de atraer mayor número de candidatos así mismo permitir una buena organización dentro del negocio.

Para el reclutamiento externo, se anunciaran las vacantes públicamente. Se hará uso de los medios escritos convencionales que pueden alcanzar una buena audiencia, dentro de estos anuncios se incluirá una descripción breve del tipo de restaurante, las condiciones del cargo e información del contacto.

Después de haber atraído a un considerable número de personas, con las condiciones básicas se procederá a elegir las que ocuparan los puestos disponibles verificando que su perfil se acerque a lo requerido.

Cuadro 19. Formato de Requisición del Personal

PARA: DIVISION DE GESTION HUMANA, Área de reclutamiento y selección	
DE:	DEPARTAMENTO DE.....
FECHA DE LA SOLICITUD:	_____
NOMBRE DEL PUESTO:	_____
CANTIDAD DE VACANTES:	_____
POR REEMPLAZO	<input type="checkbox"/>
PORAUMENTO DE PERSONAL	<input type="checkbox"/>
CAUSAS DEL AUMENTO DE PERSONAL:	

FECHA PARA CUBRIR LA VACANTE:	_____
PERFIL DEL CARGO:	

AUTORIZADO POR:	_____
FIRMA:	_____

Fuente: Los Autores.

Figura 8. Diagrama de Distribución de Cargos



Fuente: Los Autores.

La prueba de selección la realizará, analizará y la calificará Seros LTDA. que es una empresa de suministro de recurso humano temporal que colabora con el restaurante en la contratación del personal, para que esta vinculación sea confiable y segura.

4.10 PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL

Es muy importante establecer un proceso formal de reclutamiento que garantice la captación del personal requerido, de acuerdo con los perfiles establecidos para cada puesto.

4.10.1 Solicitud de Empleo.

Inicialmente se recibirán hojas de vida formato minerva 2013, ya que es un documento preciso, en el que detalla toda la información necesaria para el administrador.

4.10.2 Entrevista.

La realiza inicialmente el gerente o el administrador en compañía del chef si es para trabajo de cocina, individual, personalizada, su objetivo es evaluar y filtrar actitudes positivas, conocimientos y experiencia.

4.10.3 Exámenes.

Se cuenta con diferentes tipos de exámenes que se contrataran con Sero LTDA. (empresa de suministro de recurso humano temporal) realizara pruebas Psicométricas, Físicas, De conocimiento, Investigación de candidatos.

4.11 CONTRATACIÓN DEL PERSONAL

En el Restaurante Aquarium S.A.S. la vinculación laboral se registrará bajo los siguientes términos:

La contratación del personal se hará en cualquiera de las modalidades contempladas dentro del Decreto Ley 2663 del 5 de agosto de 1950 Código Sustantivo del Trabajo y ajustada en todos los casos a los parámetros en ella establecidas, en correlación con las necesidades de la empresa.

Se buscará de manera permanente aprovechar la Ley 1429 de 2010, Ley del primer empleo, para fomentar la cualificación de la mano de obra del sector y de paso lograr los beneficios fiscales que otorga.

El tipo de contrato que se hará será a término fijo a un año y cambiara de modalidad por los parámetros de ley y/o la disposición del administrador, lo anterior por política interna y con el ánimo de brindar seguridad de estabilidad laboral a su recurso humano.

El administrador, convoca al candidato seleccionado para la entrevista final y acordar las condiciones de la contratación.

El aspirante al puesto deberá entregar los siguientes documentos:

- Hoja de vida (MINERVA 1003)
- Fotocopias de títulos
- Referencias laborales
- Solvencia de la Policía Nacional y/o de la Dirección de Centros Penales
- Exámenes médicos y de laboratorio
- Fotocopia de documentos personales: Cedula de ciudadanía, Carnet de EPS, Certificado de Pensiones y cesantías, Carnet de manipulación de alimentos, Libreta militar y otros que sean necesarios.

4.11.1 Inducción de personal.

Objetivo

- Ayudar a los nuevos empleados del restaurante, a conocerse y auxiliarlos para tener un comienzo productivo.
- Establecer actitudes favorables de los nuevos empleados hacia la institución, sus políticas y su personal.
- Ayudar a los nuevos empleados a introducir un sentimiento de pertenencia y aceptación para generar entusiasmo y una alta moral.
- El proceso de inducción se hace necesario porque el trabajador debe ser adaptado lo más rápido posible al nuevo ambiente de trabajo.

La inducción debe ser muy importante porque cuando se selecciona y se contrata a uno de los aspirantes a ocupar un puesto dentro del restaurante, es necesario no perder de vista el hecho de que una nueva personalidad va a agregarse a ella. El nuevo trabajador va a encontrarse de pronto inmerso en un medio desconocido, con normas, políticas, procedimientos y costumbres extraños para él.

El desconocimiento de todo ello puede afectar en forma negativa su eficiencia así como su satisfacción. Entonces, la propia institución debe preocuparse por informar al respecto a todos los nuevos elementos, y establecer planes y programas cuyo objeto será acelerar la integración del individuo, en el menor tiempo posible, al puesto, al jefe, al grupo en general.

Se le brindará una información general, amplia y suficiente que le permitan su ubicación y rol dentro del restaurante para que así fortalezca su sentido de pertenencia y la seguridad para realizar su trabajo de forma autónoma.

Se hará un proceso de inducción que consta de:

Primera Etapa: BIENVENIDA: Tiene como finalidad el recibimiento del nuevo trabajador, dándole la bienvenida al restaurante.

Segunda Etapa: INTRODUCCIÓN A LA ORGANIZACIÓN: Se suministra al nuevo trabajador información general de la organización, en donde se le dará a conocer la misión, la visión, los valores corporativos, la normatividad y beneficios que ofrece el restaurante para así facilitar su integración.

Tercera Etapa: EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO: El propósito de esta es garantizar un desarrollo adecuado del programa de inducción, retroalimentar el programa y realizar ajustes. Aquí se evalúan los resultados obtenidos, con la aplicación de la Evaluación de Formaciones y Seguimiento a la Inducción y Entrenamiento, a fin de aplicar los correctivos correspondientes.

Cuarta Etapa: PROCESO DE ENSEÑANZA: Se realizara de tal forma que se sigan los siguientes pasos:

1. Indagar y preparar al trabajador
2. Demostrar las tareas que tiene que realizar
3. Ensayar la ejecución de las operaciones
4. Hacer seguimiento y comprobar si logró los objetivos
5. Estimular la participación.

4.11.2 Proceso de capacitación y entrenamiento del personal.

4.11.2.1 Capacitación.

Restaurante Aquarium capacitará al personal constantemente para que tenga un buen desempeño laboral, perfeccionando sus conocimientos, habilidades, actitudes y conductas, el servicio es un todo, es un sistema, es una filosofía que hay que aprender.

Las actividades de capacitación se desarrollaran no solo para los empleados nuevos sino también a los trabajadores antiguos. Esta instrucción puede ayudarle a los empleados a incrementar su rendimiento y desempeño en sus asignaciones laborales actuales.

Cuando los trabajadores están mejor capacitados sus beneficios pueden prolongarse a toda su vida laboral y pueden colaborar en el desarrollo de todos y así cumplir futuras responsabilidades. Las actividades de desarrollo, de este modo, ayudan al empleado a manejar las responsabilidades futuras independientemente de las actuales. Estas capacitaciones y entrenamiento del personal benefician al restaurante de la siguiente manera:

- Provoca mejores resultados económicos
- Mejora el conocimiento de tareas, procesos y funciones en todos los niveles
- Mejora el clima organizacional y aumenta la satisfacción de los empleados
- Ayuda al personal a identificarse con los objetivos del restaurante
- Fomenta la autenticidad, la apertura y la confianza
- Proporciona información respecto a necesidades futuras
- Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas
- Incrementa la productividad y la calidad del trabajo
- Se promueve la comunicación en el restaurante
- Convierte a la empresa en un entorno de mejor calidad para trabajar y vivir en ella.

4.11.3 Programa de incentivos.

El restaurante Aquarium ha diseñado unos incentivos para motivar al empleado ayudándole a aumentar su productividad y a mejorar el desempeño laboral. Los incentivos que se realizaran en el restaurante son:

- **El empleado del mes:** se le reconocerá públicamente su logro obtenido por un buen desempeño laboral, además de darle una bonificación de \$50.000 extras en su salario.
- **Bonos de Sodexo:** se le entregarán a las personas que cumplen años en el mes.
- **Actividades de fin de año:** se realizarán actividades como cenas, paseos u otros que permitan que el trabajador se motive y tenga un espacio para crear identidad y pertenencia con el restaurante.
- **Actividades Familiares:** celebrar fechas especiales como el día de los niños, navidad.

4.12 ESTRUCTURA LEGAL

4.12.1 Tipo de Sociedad.

Aquarium Restaurante será conformado legalmente como una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), Empresa comercial registrada por documento privado ante Cámara de Comercio conforme a la Ley 1258 de 2008 de Sociedades por Acciones Simplificadas SAS, la cual introduce un tipo social híbrido, con autonomía, tipicidad definida y con una regulación vinculada al régimen general de las sociedades, el cual brinda las ventajas de las sociedades anónimas y permite diseñar mecanismos de direccionamiento de las empresas de acuerdo a las necesidades, de tal forma que la S.A.S., será constituida bajo los siguientes parámetros:

Por emisión de acciones ordinarias de igual valor y cantidad para cada socio fundador que garantice igual voz y voto, así como proporcionalidad equitativa de dividendos.

Claridad y proporcionalidad legal frente al 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.

Plena conformidad con el Código de Comercio, en lo puntual con los artículos 98 y 104 relativos a las sociedades.

Conformidad con el registro único tributario RUT.

Plena conformidad con la ley 222 de 1995 y 1258 de 2008 frente a:

- **Representación legal:** La representación legal de la sociedad por acciones simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, designada en la forma prevista en los estatutos. A falta de estipulaciones, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad. A falta de previsión estatutaria frente a la designación del representante legal, su elección le corresponderá a la asamblea o accionista único.
- **Responsabilidad de administradores:** las reglas relativas a la responsabilidad de administradores contenidas en la Ley 222 de 1995, les serán aplicables tanto al representante legal de la sociedad por acciones simplificada como a su junta directiva y demás órganos de administración, si los hubiere.

Las personas naturales o jurídicas que, sin ser administradores de una sociedad por acciones simplificada, se inmiscuyan en una actividad positiva de gestión, administración o dirección de la sociedad, incurrirán en las mismas responsabilidades y sanciones aplicables a los administradores.

- **Revisoría fiscal:** en caso de que por exigencia de la ley se tenga que proveer el cargo de revisor fiscal, la persona que ocupe dicho cargo deberá ser contador público titulado con tarjeta profesional vigente. En todo caso las utilidades se justificaran en estados financieros elaborados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados y dictaminados por un contador público independiente.

4.12.2 Obligaciones Tributarias.

En Colombia los aspectos tributarios y contables se rigen a través del estatuto tributario, como toda organización empresarial Aquarium Restaurante estará obligada a cumplir con los deberes tributarios que así le atañen, a llevar una contabilidad organizada y contar con los controles necesarios para sanear las finanzas de la entidad, dentro de tales obligaciones se deberá cumplir con:

- INC (Impuesto Nacional al Consumo)
- Retención en la Fuente
- Obligaciones laborales (aportes parafiscales)
- Impuesto de renta sobre capital.
- CREE
- ICA
- Registro Único-tributario En el momento del registro de la entidad se debe acudir a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN para que sea emitido el Registro Único Tributario (RUT).

- Registro De Impuestos Distritales o Municipales: En el municipio de Yumbo existe la obligatoriedad de acudir ante la Secretaría de Hacienda del departamento o municipio a registrar igualmente el inicio de operaciones, de esta forma será concedida la licencia de Industria y Comercio Municipal.
- Registro de libros Cámara de Comercio: Como toda empresa, deberá registrar los libros contables en la cámara de comercio de la ciudad correspondiente al domicilio.

4.12.3 Restricciones Legales.

Por el objeto de la empresa no existen restricciones legales para la compra de insumos y comercialización de servicios. Con excepción de lo contemplado en el Capítulo I de la LEY 1258 DE 2008, la cual se cita textualmente a continuación:

LEY 1258 DE 2008

(Diciembre 5)

Diario Oficial No. 47.194 de 5 de diciembre de 2008

CONGRESO DE LA REPÚBLICA

Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada.

EL CONGRESO DE COLOMBIA

DECRETA:

CAPITULO I.

DISPOSICIONES GENERALES.

ARTÍCULO 1o. CONSTITUCIÓN. La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

ARTÍCULO 2o. PERSONALIDAD JURÍDICA. La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

ARTÍCULO 3o. NATURALEZA. La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

ARTÍCULO 4o. IMPOSIBILIDAD DE NEGOCIAR VALORES EN EL MERCADO PÚBLICO. Las acciones y los demás valores que emita la sociedad por acciones simplificada no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa.”(Colombia, Congreso de la República, 2008)

4.12.4 Patentes y registros de funcionamiento.

Se exigen para el funcionamiento en cumplimiento de los requisitos normales de cualquier establecimiento de servicio al público en el sector código CIUU: 5523 Expendio Por Autoservicio, de Comidas Preparadas en Restaurantes, a saber:

- Bomberos
- Sanidad
- Hacienda

- Licencia para Expendio y Consumo de Licor en establecimiento público (Con ella se podrá servir bebidas con más de 11 grados de alcohol, tales como vinos y cervezas para ocasiones especiales)
- Sayco y Acinpro.

4.12.5 Registro de la empresa.

Cuando se termine el proceso de ajustes y presentación del proyecto, se obtenga la aprobación pertinente, se procederá a registrar en la Cámara de Comercio de Cali seccional Yumbo el establecimiento de comercio denominado Restaurante Aquarium S.A.S.

4.12.6 Contratación del personal.

En Aquarium Restaurante S.A.S. la vinculación laboral del recurso humano se regirá bajo los siguientes términos:

La contratación del personal se hará en cualquiera de las modalidades contempladas dentro del Decreto Ley 2663 del 5 de agosto de 1.950 Código Sustantivo del Trabajo y ajustada en todos los casos a los parámetros en el establecidas, en correlación con las necesidades de la empresa.

Se buscará de manera permanente aprovechar la Ley 1429 de 2010, Ley del primer empleo, para fomentar la cualificación de la mano de obra del sector y de paso lograr los beneficios fiscales que otorga.

En lo posible el tipo de contrato que se hará será a término fijo y cambiara de modalidad por los parámetros de ley y/o la disposición del gerente general, lo anterior por política interna y con el ánimo de brindar seguridad de estabilidad laboral a su recurso humano.

Por política interna se pagará el equivalente al 100% del S.M.M.L.V en la modalidad de contrato de aprendizaje, a fin dar cumplimiento a la filosofía corporativa que rige el Restaurante.

4.12.7 Respeto y Cuidado del Medio Ambiente.

Es un compromiso y deber de AQUARIUM RESTAURANTE S.A.S. el cumplimiento de todas las disposiciones legales frente a las políticas de cuidado del medio ambiente Decreto 1753 de 1.994 y Decreto 2150 de 1.995 y sus normas reglamentarias, Igualmente se dará cumplimiento a todas las disposiciones en lo pertinente.

5. ESTUDIO FINANCIERO Y ECONÓMICO

El estudio financiero es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que debe efectuarse en determinado periodo bajo ciertas condiciones previstas como la proyección financiera estimada para la puesta en marcha del proyecto, en el cual se definen los elementos de la inversión, costos y gastos administrativos, datos del balance inicial y proyectado a cinco años, parámetros económicos, depreciación, punto de equilibrio y estado de resultados entre otros.

Analizar la viabilidad financiera de este proyecto. Sistematizando la información monetaria que se necesita para los respectivos estudios realizados durante este tiempo precedente, se analiza su financiamiento con el cual se está en condiciones de efectuar su evaluación.

5.1 INVERSIÓN INICIAL

La inversión total es la propuesta inicial, que tiene como objetivo establecer un estimado de los recursos financieros (Activos: fijos, diferidos y Capital de trabajo) necesarios para el inicio de operaciones de la empresa.

En el **cuadro 20** se refleja la inversión para el inicio de la empresa, la cual cuenta con el 70% para el capital social la suma de \$70.662.796. Aporte realizado por los socios y el 30% en un préstamo financiero solicitado por \$30.284.056. El cual se cancela en un plazo de 48 meses, desde la fecha de iniciación de la misma.

Cuadro 20. Inversión inicial en pesos

ACTIVOS FIJOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			
silla ergonomica	1	125.000	125.000
Jarras de cristal	5	5.000	25.000
cucharas soperas	50	2.000	100.000
Juegos de cuchillos y tenedores	100	3.500	350.000
Juegos de recipientes plasticos	20	10.000	200.000
cucharones y pinzas	10	3.000	30.000
pallas	5	15.000	75.000
sartenes	5	10.000	50.000
cristaleria	6	8.000	48.000
cazuela de barro	20	5.000	100.000
sillas madera	40	70.000	2.800.000
mesas de madera	10	200.000	2.000.000
Juegos de Ollas	6	140.000	840.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			6.743.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN			
Computador HP L1908VV	3	1.300.000	3.900.000
Impresora Kyocera 208	1	450.000	450.000
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN			4.350.000
MAQUINARIA Y EQUIPO			
fritador	1	5.000.000	5000000
mesa de trabajo	2	1.200.000	2400000
Refrigeradores	1	3.210.000	3210000
estufa Industrial	1	6.000.000	6000000
Balanza Electrica	1	350.000	350000
neveras	2	2.500.000	5000000
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			21.960.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS			33.053.000
ACTIVOS DIFERIDOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ACTIVOS NO DEPRECIABLES			
Envases Plásticos grandes	5	45.000	225.000
Envases Plásticos medianos	5	25.000	125.000
Cosedora	2	10.000	20.000
Perforadora	2	15.000	30.000
Telefonos	2	60.000	120.000
Lamparas	18	20.000	360.000
Juego de cucharones	3	25.000	75.000
Juego de Cuchillos	2	20.000	40.000
TOTAL ACTIVOS NO DEPRECIABLES			995.000
GASTOS DE CONSTITUCION			
Inscripcion en Camara y Clo.	1	902.100	902.100
Registro Invlma	1	3.085.050	3.085.050
Permiso Bomberos	1	200.000	200.000
Permiso Uso de Suelos	1	10.000	10.000
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION			4.197.150
ADECUACIONES			
Galones de Pintura	4	45.000	180.000
Mano de obra	1	3.000.000	3.000.000
Enchapes por metro 2	50	6.000	300.000
Instalaciones electricas	10	57.000	570.000
Instalaciones de lamparas	10	30.000	300.000
TOTAL ADECUACIONES			4.350.000
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			9.542.150
CAPITAL DE TRABAJO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Nomina administrativa	4	4.797.645	19.190.582
Nomina de produccion	4	2.782.955	11.131.818
Gastos de Administración	4	2.156.680	8.626.720
Gastos de Ventas	4	270.000	1.080.000
Inventario	4	4.580.645	18.322.582
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			58.351.702
TOTAL INVERSION			100.946.852
% A FINANCIAR			30,00%
VALOR A FINANCIAR			30.284.056
MESES A DIFERIR			12
VALOR A DIFERIR			795.179

Fuente: Los Autores.

5.1.1 Depreciación.

Es el mecanismo mediante el cual se evidencia la vida útil que tendrá los activos fijos, reconociendo el desgaste que sufren los bienes adquiridos por el uso ; sin dejar de inspeccionar que pueden tener una vida útil diferente a la establecida. (Véase Cuadro 21).

Cuadro 21. Depreciación en pesos

ITEM	AÑOS	DEPRE MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	5	112.383	1.348.600	1.348.600	1.348.600	1.348.600	1.348.600
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN	5	72.500	870.000	870.000	870.000	870.000	870.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	10	183.000	2.196.000	2.196.000	2.196.000	2.196.000	2.196.000
TOTAL		367.883	4.414.600	4.414.600	4.414.600	4.414.600	4.414.600

Fuente: Los Autores.

5.2 BALANCE INICIAL

Es el balance que se hace al momento de iniciar el restaurante, en el cual se registran los activos, pasivos y patrimonio con que se establecen e inician operaciones para el restaurante.

5.2.1 Balance Inicial Sin Financiación.

El cuadro 22 muestra como el restaurante cuenta con la capacidad de atender las exigencias necesarias para la iniciación del mismo, y admitiendo que cuando un

proyecto inicial, en este balance inicial los socios aportan el 100% de la inversión total.

Cuadro 22. ¿Balance inicial sin financiación en pesos

ACTIVOS	
ACTIVO CORRIENTES	
Caja - Bancos	58.351.702
C x C	
Inventario	
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	58.351.702
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
MUEBLES Y ENSERES	6.743.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN	4.350.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	21.960.000
Depreciación Acumulada	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	33.053.000
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	9.542.150
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	9.542.150
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	42.595.150
TOTAL ACTIVOS	100.946.852
PASIVO	
PASIVO CORRIENTES	
C x P	0
Cesantías por Pagar	0
Intereses a Cesantías Por Pagar	0
Impuesto de Renta	0
CREE x Pagar	0
IVA por Pagar	0
Ica por Pagar	0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0
PASIVOS NO CORRIENTES	

Fuente: Los Autores.

5.2.2 Balance Inicial Con Financiación.

El Balance inicial con financiación evidencia que al restaurante le corresponde buscar alguna forma de financiarse y lo realiza a través del banco de Davivienda que les prestan un valor a financiar de \$30.284.056 Equivalente al 30% de la inversión total del proyecto. Como se refleja en las obligaciones financieras. (Véase Cuadro 23).

Cuadro 23. Balance inicial con financiación en pesos

ACTIVOS	
ACTIVO CORRIENTES	
Caja - Bancos	58.351.702
C x C	
Inventario	
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	58.351.702
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
MUEBLES Y ENSERES	6.743.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN	4.350.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	21.960.000
Depreciación Acumulada	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	33.053.000
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	9.542.150
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	9.542.150
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	42.595.150
TOTAL ACTIVOS	100.946.852
PASIVO	
PASIVO CORRIENTES	
C x P	0
Cesantías por Pagar	0
Intereses a Cesantías Por Pagar	0
Impuesto de Renta	0
CRE x Pagar	0
IVA por Pagar	0
Ica por Pagar	0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0
PASIVOS NO CORRIENTES	
Obligaciones Financieras	30.284.056
Leasing Financiero	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	30.284.056
TOTAL PASIVOS	30.284.056
PATRIMONIO	
Capital Social	70.662.796
Utilidad Acumulada	0
Reserva Legal Acumulada	0
TOTAL PATRIMONIO	70.662.796
PASIVOS + PATRIMONIO	100.946.852

Fuente: Los Autores.

5.3 PARÁMETROS BÁSICOS

5.3.1 Parámetros Económicos.

Permiten pronosticar la situación del restaurante durante los próximos cinco (5) años y a su vez anticiparse a los cambios. En el cuadro 24. Se hallan diversos factores económicos, que tienen incidencia en la prestación de los servicios ofertados a partir del año 2013. Dichos parámetros se enlazan a los presupuestos de costos y gastos que se generan para el inicio de operaciones de la empresa.

Cuadro 24. Parámetros Económicos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
IPC (%)	3,24%	3,09%	2,95%	2,82%	2,70%
TRM (\$ US\$)	0	0	0	0	0
Incremento % precios	3,24%	3,09%	2,95%	2,82%	2,70%
Incremento % costos	3,24%	3,09%	2,95%	2,82%	2,70%
Incremento en Unid	1,05%	1,10%	1,15%	1,25%	1,28%
IVA	16,00%	16,00%	16,00%	16,00%	16,00%
ICN	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
IMPUESTO DE RENTA	0,00%	0,00%	0,00%	8,25%	16,50%
CREE	9,00%	9,00%	9,00%	8,00%	8,00%
ICA (tarifa x mil)	0,0033	0,0033	0,0033	0,0033	0,0033
RESERVA LEGAL	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%

Fuente: Los Autores.

5.3.2 Parámetros Laborales.

Son necesarios para que exista un buen clima laboral, y los aquí descritos están de acuerdo a la legislación laboral colombiana vigente del año 2013 ver cuadro 25. El restaurante no pagara Salud, ICBF y el SENA ya que paga el impuesto CREE estipulado en la reforma tributaria Ley 1607 de 2012.

Cuadro 25. Parámetros laborales

PARÁMETROS LABORALES	
SMMLV	608.600
Auxilio de Transporte	72.784
Cesantías	8,33%
Intereses de Cesantías	1,00%
Primas	8,33%
Vacaciones	4,17%
Salud	0,00%
Pensión	12,00%
ARP	0,5226%
Caja de Compensación	4,00%
ICBF	0,00%
SENA	0,00%

Fuente: Los Autores.

5.3.3 Parámetros Cargos y Salarios.

El Cuadro 26 está conformado por las personas que integran directamente el restaurante, en él se describen los cargos y salarios asignados inicialmente para sus colaboradores.

Cuadro 26. Parámetros Cargos y Salarios

CARGOS	
Administrador	1.342.120
Cajero	722.680
Cocinera 1	608.600
Cocinera 2	608.600
Cocinera 3	608.600
Mesero 1	608.600
Mesero 2	608.600

Fuente: Los Autores.

5.3.4 Parámetro Recaudo y Pagos.

En cuadro 27 se establecen las políticas de recaudo en el caso de las ventas serán del 100% en el caso de los pagos (30% de contado y el 70% a crédito) con un plazo no superior a 30 días.

Cuadro 27. Parámetros Recaudo y Pagos

RECAUDOS	
Contado	100,0%
Crédito	0,0%
Plazo (días)	30
PAGOS	
Contado	30,0%
Crédito	70,0%
Plazo (días)	30

Fuente: Los Autores.

5.3.5 Parámetros Gastos de Administración.

En este cuadro 28 se enumeran todos los gastos administrativos en que incurre el restaurante para el inicio de sus actividades.

Cuadro 28. Parámetros Gastos de Administración

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		
Energía y Acueducto	1	464.580
Gas domiciliario	1	247.776
Alquiler de bodega	1	247.776
Teléfono e Internet	1	144.536
Mantenimiento de equipos de Computo	1	103.240
Papelería	1	94.700
Implementos de Aseo	1	126.900
Arrendamiento	1	412.960
Servicio de monitoreo de alarmas	1	180.000
Honorarios Contador	1	774.300
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		2.796.768

Fuente: Los Autores.

5.3.6 Parámetros Gastos de Ventas.

Son valores que se toman como base al momento de determinar los gastos en que incide el restaurante para la promoción de sus platos y servicios que presta para el municipio de Yumbo. (Véase Cuadro 29).

Cuadro 29. Parámetros Gastos de Ventas

GASTOS DE VENTAS		
Gastos en publicidad	1	270.000
Gastos de Representación presupuestado	1	300.000
Teléfono Móvil	1	77.430
TOTAL GASTOS DE VENTAS		647.430

Fuente: Los Autores.

5.3.7 Parámetros de Costos.

En el cuadro 30 se evidencia el costo, se determina el margen esperado y el precio que se tiene para cada plato.

Cuadro 30. Parámetros de Costos

MARGEN BRUTA			
PRODUCTO	COSTO	MARGEN	PRECIO DE VENTA
Arroz con camarón	8.169	60,00%	13.071
Bagre en salsa	11.658	40,00%	16.321
Cazuela de mariscos g	10.281	60,00%	16.450
Mojarra frita	8.358	50,00%	12.538
Trucha marinera	14.071	40,00%	19.700

Fuente: Los Autores.

5.3.8 Amortización en pesos.

La inversión del proyecto se efectúa con la financiación del 30% de la inversión total, como se representa en el cuadro 31, en él se encuentra la amortización de los intereses y el abono a la deuda durante cuatro años a una cuota fija mensual de (\$ 918.338). Se le aplicará un T.E.A del 22%, y una tasa mensual del 1.65%, según lo describe la Superintendencia Financiera. De acuerdo a la investigación realizada, se llegó a la conclusión que la entidad financiera conveniente para realizar el préstamo, es el Banco Davivienda.

5.3.9 Leasing en pesos.

En el cuadro 32, de arrendamiento financiero o leasing financiero se determina el uso del bien inmueble, que en este caso son los activos fijos descritos en el cuadro 1 de inversión, en donde el arrendador (banco) lo contrata para el uso, en el desarrollo del restaurante, estipulando un plazo de 48 meses, con la opción de compra del bien al finalizar el tiempo estipulado. Con un porcentaje de opción de compra del 1.50% y una cuota fija mensual por valor de (\$167.775).Luego de indagaciones realizadas, se llega a la conclusión que el banco que presta a un interés más bajo para leasing de tecnología en el Banco de Davivienda.

Cuadro 31. Tabla de Amortización en pesos

VALOR PRÉSTAMO		30.284.068		
TASA EA		22%		
TASA NOMINAL MEEB		19,80%		
TASA MENSUAL		1,66%		
No. DE MESES		12		
No. De CUOTAS		48		
No. Cuota	Cuota	Interés	Amortización	Saldo
0				30.284.068
1	918.338	499.699	418.640	29.865.416
2	918.338	492.791	425.547	29.439.869
3	918.338	485.769	432.669	29.007.299
4	918.338	478.632	439.707	28.567.593
5	918.338	471.376	446.962	28.120.631
6	918.338	464.001	454.337	27.666.294
7	918.338	456.506	461.834	27.204.460
8	918.338	448.884	469.454	26.735.006
9	918.338	441.138	477.200	26.257.806
10	918.338	433.264	485.074	25.772.731
11	918.338	425.260	493.078	25.279.653
12	918.338	417.124	501.214	24.778.439
13	918.338	408.854	509.484	24.269.954
14	918.338	400.447	517.891	23.751.063
15	918.338	391.902	526.437	23.224.626
16	918.338	383.219	535.123	22.689.503
17	918.338	374.386	543.953	22.145.551
18	918.338	365.410	552.928	21.592.622
19	918.338	356.287	562.052	21.030.571
20	918.338	347.013	571.326	20.459.245
21	918.338	337.586	580.753	19.878.492
22	918.338	328.003	590.336	19.288.157
23	918.338	318.262	600.076	18.688.080
24	918.338	308.361	609.973	18.078.103
25	918.338	298.296	620.043	17.458.060
26	918.338	288.066	630.274	16.827.786
27	918.338	277.669	640.673	16.187.113
28	918.338	267.094	651.245	15.535.868
29	918.338	256.340	661.990	14.873.878
30	918.338	245.425	672.914	14.200.964
31	918.338	234.321	684.017	13.516.948
32	918.338	223.036	695.303	12.821.644
33	918.338	211.562	706.776	12.114.868
34	918.338	199.900	718.438	11.396.430
35	918.338	188.045	730.293	10.666.137
36	918.338	175.996	742.343	9.923.794
37	918.338	163.746	754.592	9.169.202
38	918.338	151.296	767.043	8.402.159
39	918.338	138.639	779.699	7.622.460
40	918.338	125.774	792.566	6.829.895
41	918.338	112.696	805.642	6.024.252
42	918.338	99.402	818.936	5.205.317
43	918.338	85.890	832.449	4.372.868
44	918.338	72.154	846.184	3.526.684
45	918.338	58.192	860.147	2.666.537
46	918.338	43.999	874.339	1.792.198
47	918.338	29.572	888.766	903.431
48	918.338	14.907	903.431	0
		19.798.183	30.284.068	

Fuente: Los Autores.

Cuadro 32. Leasing en pesos

VALOR ACTIVO	6.000.000
% opción compra	10,00%
valor opción	600.000
DIF (EA)	4,66%
Spread (EA)	14,30%
TEA (DIF + Spread)	19,01%
Tasa Nominal y es	18,06%
Tasa Mensual	1,50%
No. Periodos	12
No. Cuotas	48
VP Opción futura	293.095
Valor Presente de cuota	5.706.904

No. Cuota	Cuota	Interés	Amortización	Saldo
0				6.000.000
1	167.775	90.225	77.549	5.922.451
2	167.775	89.069	78.715	5.843.735
3	167.775	87.878	79.899	5.763.836
4	167.775	86.674	81.101	5.682.735
5	167.775	85.455	82.320	5.600.415
6	167.775	84.217	83.558	5.516.857
7	167.775	82.960	84.815	5.432.042
8	167.775	81.685	86.090	5.345.952
9	167.775	80.390	87.385	5.258.568
10	167.775	79.078	88.699	5.169.869
11	167.775	77.742	90.033	5.079.836
12	167.775	76.388	91.386	4.988.450
13	167.775	75.014	92.761	4.895.689
14	167.775	73.619	94.156	4.801.534
15	167.775	72.209	95.571	4.706.963
16	167.775	70.785	97.009	4.610.954
17	167.775	69.348	98.467	4.513.487
18	167.775	67.891	99.946	4.414.539
19	167.775	66.424	101.441	4.314.098
20	167.775	64.938	102.957	4.212.111
21	167.775	63.433	104.495	4.108.586
22	167.775	61.908	106.057	3.993.489
23	167.775	60.362	107.642	3.876.797
24	167.775	58.793	109.251	3.758.489
25	167.775	57.201	110.886	3.638.529
26	167.775	55.581	112.544	3.516.985
27	167.775	53.937	114.226	3.393.758
28	167.775	52.263	115.931	3.268.827
29	167.775	50.563	117.660	3.142.167
30	167.775	48.831	119.413	3.013.754
31	167.775	47.061	121.190	2.883.564
32	167.775	45.257	123.001	2.751.563
33	167.775	43.421	124.836	2.617.727
34	167.775	41.556	126.704	2.482.023
35	167.775	39.665	128.606	2.344.417
36	167.775	37.741	130.541	2.204.876
37	167.775	35.787	132.510	2.063.366
38	167.775	33.805	134.514	1.919.851
39	167.775	31.787	136.554	1.774.297
40	167.775	29.736	138.629	1.626.668
41	167.775	27.654	140.741	1.476.927
42	167.775	25.544	142.890	1.325.037
43	167.775	23.408	145.077	1.171.000
44	167.775	21.248	147.302	1.014.898
45	167.775	19.067	149.566	856.612
46	167.775	16.867	151.869	695.123
47	167.775	14.650	154.212	530.291
48	167.775	12.418	156.605	361.686
		2.653.192	5.400.000	

Fuente: Los Autores.

5.3.10 Proyección de costos total.

Son todos aquellos costos en los que se incurre en un proceso de producción o actividad. Se calcula sumando los costos fijos y los costos variables ver cuadro 33.

Cuadro 33. Proyección de costos totales

MATERIALES DIRECTOS Arroz con camarón			MATERIALES DIRECTOS Sagra			MATERIALES DIRECTOS wusha		
INSUMO	Costo x Unid	TOTAL	INSUMO	Costo x Unid	TOTAL	INSUMO	Costo x Unid	TOTAL
arroz 200g	400	281.366	arroz 200g	400	27.455	arroz 200g	400	22.882
plátano 250g	300	211.414	plátano 250g	300	65.591	plátano 250g	300	61.932
camarones 200g	4000	2.813.359	sagra 500g	4000	371.551	cebolla 100g	2800	818.018
tomate 100g	300	211.414	crema de leche 1/3 litro	1100	240.502	tomate 100g	300	227.042
cebolla cabeza 100g	300	211.414	tomate 100g	300	65.591	cebolla cabeza 100g	300	61.932
lechuga Batavia 200g	300	211.414	cebolla 100g	300	65.591	lechuga Batavia 200g	300	61.932
pimentón 50g	200	140.943	lechuga Batavia 200g	300	65.591	repollo 50g	200	137.221
agua 1/4 litro	500	352.337	limón 50g	100	21.261	limón 50g	100	21.261
repollo 50g	200	140.943	agua 1/4 litro	500	109.319	agua 1/4 litro	500	103.204
TOTAL MD	8.600	4.630.846	TOTAL MD	7.800	1.632.735	TOTAL MD	9.700	2.002.484
COSTO SIN MOD Y SIN CIF	8.600		COSTO SIN MOD Y SIN CIF	7.800		COSTO SIN MOD Y SIN CIF	9.700	
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA		556.591	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA		556.591	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA		556.591
COSTO MENSUAL		5.756.925	COSTO MENSUAL		2.543.731	COSTO MENSUAL		2.804.428
COSTO UNITARIO		2.189	COSTO UNITARIO		11.655	COSTO UNITARIO		14.021

MATERIALES DIRECTOS cazuela			MATERIALES DIRECTOS Mojara frita		
INSUMO	Costo x Unid Gr	TOTAL	INSUMO	Costo x Unid Gr	TOTAL
arroz 200g	400	256.268	arroz 200g	400	209.152
plátano 250g	300	192.201	plátano 250g	300	156.864
maíces 200g	5000	3.203.356	mojara 500g	3900	2.039.228
crema de leche 7 onzas	1400	896.940	tomate 100g	300	156.864
tomate 100g	300	192.201	cebolla cabeza 100g	300	156.864
cebolla 100g	300	192.201	lechuga Batavia 200g	300	156.864
lechuga Batavia 200g	300	192.201	repollo 50g	200	104.576
agua 1/4 litro	500	320.336	limón 50g	100	52.288
TOTAL MD	8.600	6.446.706	TOTAL MD	6.300	3.294.138
COSTO SIN MOD Y SIN CIF	8.600		COSTO SIN MOD Y SIN CIF	6.300	
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA		556.591	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA		556.591
COSTO MENSUAL		6.596.821	COSTO MENSUAL		4.370.468
COSTO UNITARIO		10.281	COSTO UNITARIO		8.358

Fuente: Los Autores.

5.3.11 Demanda.

Con el propósito de obtener una demanda real para los productos y el servicio ofertado por el restaurante, se tuvo en cuenta el número de habitantes del municipio de Yumbo el total de 106.200 habitantes. Dando el resultado especificado en el cuadro 34.

Cuadro 34. Demanda de Producción

CALCULO DE DEMANDA							
N. de habitantes yumbo			106.200				
Rango edad 25 -45			39.70%			42161	
Composición por estrato social 3 y 4			38.3%			26014	
Menos índice de desempleo			9.30%			23464	
Índice de salario promedio			975.300				
Índice DANE de destinación del ingreso para Comidas en restaurante			6.57%				
Disponible promedio por persona al mes para restaurante			64.237				
Quantificación del mercado potencial en total disponible del ingreso para restaurantes			1.503.456.965				
Índice de demanda de restaurantes comida de mar (Estudio Acordes 2011)			23%				
Mercado potencial restaurantes comida de mar			377.114.241				
Meta Inicial de participación en el mercado			9.0%			33.940.282	

PRODUCTOS	Comport % de la venta	Venta Global total al mes	Participa del producto mes \$	PV prod	Unid al mes	Promedio unidades a vender semanal	Diario
Arroz con camarón	27,14%	33.940.282	9.211.177	13.071	705	176	23
Bago en salsa	10,51%	33.940.282	3.568.294	16.321	219	55	7
Cazuela de mariscos g	31,05%	33.940.282	10.538.914	16.450	641	160	21
Mojarra frita	19,32%	33.940.282	6.555.702	12.538	523	131	17
Trucha marinera	11,98%	33.940.282	4.066.195	19.700	206	52	7
			33.940.282		2.293	573	76

Fuente: Los Autores.

5.3.12 Proyección gastos de administración y de ventas.

Comprende los gastos de administración y ventas en que incurre el restaurante para su funcionamiento, entre los cuales se encuentran, útiles de oficina y papelería, implementos de aseo y cafetería, publicidad honorarios, servicios públicos, arrendamiento que en el primer mes dan un total de. (\$3.444.198).

Cuadro 35. Proyección gastos de Administración y de Ventas

GASTOS DE ADMINISTRACION	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arrendamiento	412.960	412.960	412.960	412.960	412.960	412.960	412.960	412.960	412.960	412.960	412.960	412.960	4.955.520	5.108.646	5.259.351	5.407.664	5.553.671
Honorarios Contador	774.300	774.300	774.300	774.300	774.300	774.300	774.300	774.300	774.300	774.300	774.300	774.300	9.291.600	9.578.710	9.861.282	10.139.371	10.413.134
Papelería	94.700	94.700	94.700	94.700	94.700	94.700	94.700	94.700	94.700	94.700	94.700	94.700	1.136.400	1.171.515	1.206.074	1.240.086	1.273.568
Mantenimiento de equipos de Computo	103.240	103.240	103.240	103.240	103.240	103.240	103.240	103.240	103.240	103.240	103.240	103.240	1.238.880	1.277.161	1.314.838	1.351.916	1.388.418
Servicio de monitoreo de alarmas	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	2.160.000	2.226.744	2.292.433	2.357.080	2.420.721
Implementos de Aseo	126.900	126.900	126.900	126.900	126.900	126.900	126.900	126.900	126.900	126.900	126.900	126.900	1.522.800	1.569.855	1.616.165	1.661.741	1.706.608
Energía y Acueducto	464.580	464.580	464.580	464.580	464.580	464.580	464.580	464.580	464.580	464.580	464.580	464.580	5.574.960	5.747.226	5.916.769	6.083.622	6.247.880
TOTALES	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	25.880.160	26.679.857	27.466.913	28.241.480	29.004.000
GASTOS DE VENTAS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	270.000	270.000	270.000	270.000	270.000	270.000	270.000	270.000	270.000	270.000	270.000	270.000	3.240.000	3.340.116	3.438.649	3.535.619	3.631.081
Gastos de Representacion presupuestado	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	3.600.000	3.711.240	3.820.722	3.928.466	4.034.535
TOTAL GASTOS DE VENTAS	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	6.840.000	7.051.356	7.259.371	7.464.085	7.665.616
GASTOS DEPRECIACION	367.883	367.883	367.883	367.883	367.883	367.883	367.883	367.883	367.883	367.883	367.883	367.883	4.414.600	4.414.600	4.414.600	4.414.600	4.414.600
GASTOS DIFERIDOS	795.179	795.179	795.179	795.179	795.179	795.179	795.179	795.179	795.179	795.179	795.179	795.179	9.542.150				

Fuente: Los Autores.

5.3.13 Proyección de nómina.

La Nómina son gastos obligatorios para el ejercicio normal del proyecto, en el cuadro 36 se proyectó la nómina a 5 años, que representan los gastos necesarios para funcionar durante ese tiempo sin tener contratiempo ni retrasos en el pago, y además teniendo en cuenta todas las prestaciones de ley.

Cuadro 36. Proyección de Nomina de Administración y Producción

CARGOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Administrador	16.105.440	16.603.098	17.092.889	17.574.909	18.049.432
Cajero	8.672.160	8.940.130	9.203.864	9.463.413	9.718.925
Mesero 1	7.303.198	7.528.866	7.750.968	7.969.545	8.184.723
Mesero 2	7.303.198	7.528.866	7.750.968	7.969.545	8.184.723
Totales	39.383.995	40.600.961	41.798.689	42.977.412	44.137.802
ITEM Nom Admón.					
Personas con aux					
Salarios	39.383.995	40.600.961	41.798.689	42.977.412	44.137.802
Auxilio	2.620.231	2.701.196	2.780.882	2.859.302	2.936.504
Cesantías	3.498.952	3.607.070	3.713.478	3.818.198	3.921.290
Intereses cesantías	420.042	433.022	445.796	458.367	470.743
Primas	3.498.952	3.607.070	3.713.478	3.818.198	3.921.290
Vacaciones	1.642.313	1.693.060	1.743.005	1.792.158	1.840.546
Salud	0	0	0	0	0
Pensiones	4.726.079	4.872.115	5.015.843	5.157.289	5.296.536
ARL	205.821	212.181	218.440	224.600	230.664
Caja de Compensación	1.575.360	1.624.038	1.671.948	1.719.096	1.765.512
ICBF	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0
Totales	57.571.745	59.350.712	61.101.558	62.824.622	64.520.887
CARGOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cocinera 1	7.303.198	7.528.866	7.750.968	7.969.545	8.184.723
Cocinera 2	7.303.198	7.528.866	7.750.968	7.969.545	8.184.723
Cocinera 3	7.303.198	7.528.866	7.750.968	7.969.545	8.184.723
Total	21.909.593	22.586.599	23.252.904	23.908.636	24.554.169
ITEM Nom de Prod.					
Personas con aux					
Salarios	21.909.593	22.586.599	23.252.904	23.908.636	24.554.169
Auxilio	2.620.231	2.701.196	2.780.882	2.859.302	2.936.504
Cesantías	2.043.334	2.106.473	2.168.614	2.229.769	2.289.973
Intereses cesantías	245.296	252.878	260.338	267.679	274.907
Primas	2.043.334	2.106.473	2.168.614	2.229.769	2.289.973
Vacaciones	913.630	941.861	969.646	996.990	1.023.909
Salud	0	0	0	0	0
Pensiones	2.629.151	2.710.392	2.790.348	2.869.036	2.946.500
ARL	114.500	118.038	121.520	124.947	128.320
Caja de Compensación	876.384	903.464	930.116	956.345	982.167
ICBF	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0
Totales	33.395.455	34.427.375	35.442.982	36.442.475	37.426.421

Fuente: Los Autores.

5.3.14 Proyección de ventas y costos en pesos.

Después de diseñar la instalación del producto y la prestación del servicio de acuerdo al estudio previo del diseño del baño dentro de los hogares de familia, se definen las fases o pasos para el desarrollo fundamental del restaurante. A continuación en el cuadro 37 se proyecta el producto y servicio que se ofrece durante los próximos cinco años. Puede definirse una sistematización de ingresos por ventas futuras, así como su costo ver pág. 137.

5.3.15 IVA

Este impuesto al valor agregado se aplicó de acuerdo a los requerimientos, puesto que es una obligación tributaria impuesta por el estado. Este cuadro especifica el IVA cobrado, pagado y causado ver cuadro 38 pág. 138.

5.4 ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN EN PESOS

En el Cuadro 39 se muestra el estado de resultados sin financiación del restaurante sin acudir a préstamos bancarios. Los resultados en el primer año son los esperados para un negocio que recién inicia labores, pero a su vez se evidencia que la utilidad del ejercicio irá aumentando año por año. Ver pág. 139.

5.5 ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN EN PESOS

En el cuadro 41 se muestra que al adquirir el préstamo del banco Davivienda la utilidad del ejercicio da una variación considerable, por lo que se recomienda a la empresa incurrir en este préstamo ver pág. 140.

Cuadro 38. IVA

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
IVA COBRADO	5.430.445	5.430.445	5.430.445	5.430.445	5.430.445	5.430.445	5.430.445	5.430.445	5.430.445	5.430.445	5.430.445	5.430.445	65.165.341	67.917.918	70.725.594	73.629.057	76.584.939	
IVA PAGADO	2.713.988	2.713.988	2.713.988	2.713.988	2.713.988	2.713.988	2.713.988	2.713.988	2.713.988	2.713.988	2.713.988	2.713.988	32.567.858	33.574.204	34.564.643	35.539.366	36.498.929	
IVA CAUSADO	2.716.457	2.716.457	2.716.457	2.716.457	2.716.457	2.716.457	2.716.457	2.716.457	2.716.457	2.716.457	2.716.457	2.716.457	32.597.483	34.343.714	36.160.951	38.089.690	40.086.010	
IVA AL FLUJO DE CAJA					10.865.828				10.865.828				21.731.656	22.895.809	24.107.300	25.393.127	26.724.007	
IVA AL AÑO SGTE													0	10.865.828	11.447.905	12.053.650	12.696.563	13.362.003
IVA TOTAL LUJO DE CAJA	0	0	0	0	10.865.828	0	0	0	10.865.828	0	0	0	21.731.656	33.761.637	35.555.205	37.446.777	39.420.570	

Fuente: Los Autores.

Cuadro 39. Estado de Resultados Sin Financiación en Pesos

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS																	
Ventas	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	407.283.381	424.486.990	442.034.964	460.181.604	478.666.87
Costos/Mercadería vendida	21.045.201	21.045.201	21.045.201	21.045.201	21.045.201	21.045.201	21.045.201	21.045.201	21.045.201	21.045.201	21.045.201	21.045.201	252.542.413	259.937.921	267.229.519	274.420.496	281.517.09
UTILIDAD BRUTA	12.895.081	12.895.081	12.895.081	12.895.081	12.895.081	12.895.081	12.895.081	12.895.081	12.895.081	12.895.081	12.895.081	12.895.081	154.740.967	164.549.069	174.805.444	185.761.107	197.138.77
EGRESOS																	
Salario	4.797.645	4.797.645	4.797.645	4.797.645	4.797.645	4.797.645	4.797.645	4.797.645	4.797.645	4.797.645	4.797.645	4.797.645	57.571.745	59.360.712	61.101.538	62.824.622	64.520.88
Costos de Administración	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	25.880.160	26.679.857	27.466.913	28.241.480	29.004.00
Costos de Ventas	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	6.840.000	7.051.366	7.259.371	7.464.085	7.666.61
Costos de Depreciación	367.883	367.883	367.883	367.883	367.883	367.883	367.883	367.883	367.883	367.883	367.883	367.883	4.414.600	4.414.600	4.414.600	4.414.600	4.414.60
Costos Diferidos	795.179	795.179	795.179	795.179	795.179	795.179	795.179	795.179	795.179	795.179	795.179	795.179	9.542.150	0	0	0	0
IMPUESTO	112.003	112.003	112.003	112.003	112.003	112.003	112.003	112.003	112.003	112.003	112.003	112.003	1.344.035	1.400.807	1.458.715	1.518.599	1.579.56
Total Egresos	8.799.391	8.799.391	8.799.391	8.799.391	8.799.391	8.799.391	8.799.391	8.799.391	8.799.391	8.799.391	8.799.391	8.799.391	105.592.691	98.897.332	101.701.157	104.463.386	107.184.66
UTILIDAD OPERACIONAL	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.095.690	49.148.277	65.651.737	73.104.287	81.297.721	89.954.11
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																	
Costos Financieros Prestamo													0				
Costos Financieros Leasing													0				
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UTILIDAD META ANTES DE IMPUESTOS	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.095.690	49.148.277	65.651.737	73.104.287	81.297.721	89.954.11
Impuesto de Renta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6.707.062	14.842.42
IRPEE	368.612	368.612	368.612	368.612	368.612	368.612	368.612	368.612	368.612	368.612	368.612	368.612	4.423.345	5.908.666	6.579.386	7.316.795	8.095.87
UTILIDAD META DESPUES DE IMPUESTOS	3.727.078	3.727.078	3.727.078	3.727.078	3.727.078	3.727.078	3.727.078	3.727.078	3.727.078	3.727.078	3.727.078	3.727.078	44.724.932	59.743.081	66.524.901	67.273.864	67.015.81
Impuesto Legal	372.708	372.708	372.708	372.708	372.708	372.708	372.708	372.708	372.708	372.708	372.708	372.708	4.472.493	5.974.308	6.662.490	6.727.386	6.701.58
UTILIDAD DEL EJERCICIO	3.354.370	3.354.370	3.354.370	3.354.370	3.354.370	3.354.370	3.354.370	3.354.370	3.354.370	3.354.370	3.354.370	3.354.370	40.252.439	53.768.773	59.872.411	60.546.478	60.314.23
Utilidad Acumulada													40.252.439	94.021.211	153.898.622	214.440.100	274.754.33
Impuesto Legal Acumulada													4.472.493	10.446.801	17.099.291	23.826.678	30.528.25

Fuente: Los Autores.

Cuadro 40. Estado de Resultados con Financiación en Pesos

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
INGRESOS																	
ventas	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	407.283.381	424.486.990	442.034.964	460.181.604	478.655.87
costos (Mcia. vendida)	21.045.201	21.045.201	21.045.201	21.045.201	21.045.201	21.045.201	21.045.201	21.045.201	21.045.201	21.045.201	21.045.201	21.045.201	25.254.413	259.937.921	267.229.519	274.420.496	281.517.09
UTILIDAD BRUTA	12.895.081	12.895.081	12.895.081	12.895.081	12.895.081	12.895.081	12.895.081	12.895.081	12.895.081	12.895.081	12.895.081	12.895.081	15.4740.967	164.549.069	174.805.444	185.761.107	197.138.77
GREGOSOS																	
omina	4.797.645	4.797.645	4.797.645	4.797.645	4.797.645	4.797.645	4.797.645	4.797.645	4.797.645	4.797.645	4.797.645	4.797.645	57.571.745	59.350.712	61.101.558	62.824.622	64.520.88
costos de Administracion	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	25.880.160	26.679.857	27.466.913	28.241.480	29.004.00
costos de Ventas	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	6.840.000	7.051.336	7.259.371	7.464.085	7.665.611
costos de Depreciacion	367.883	367.883	367.883	367.883	367.883	367.883	367.883	367.883	367.883	367.883	367.883	367.883	4.414.600	4.414.600	4.414.600	4.414.600	4.414.60
costos Diferidos	795.179	795.179	795.179	795.179	795.179	795.179	795.179	795.179	795.179	795.179	795.179	795.179	9.542.150	0	0	0	1
DA	112.003	112.003	112.003	112.003	112.003	112.003	112.003	112.003	112.003	112.003	112.003	112.003	1.344.035	1.400.807	1.458.715	1.518.599	1.579.56
costos Egresos	8.799.391	8.799.391	8.799.391	8.799.391	8.799.391	8.799.391	8.799.391	8.799.391	8.799.391	8.799.391	8.799.391	8.799.391	10.5592.691	98.897.332	101.701.157	104.463.386	107.184.66
UTILIDAD OPERACIONAL	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.095.690	4.9148.277	65.651.737	73.104.287	81.297.721	89.954.11
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																	
costos Financieros Prestamo	499.699	492.791	485.769	478.632	471.376	464.001	456.505	448.884	441.138	433.264	425.260	417.124	5.514.443	4.319.724	2.865.751	1.096.266	
costos Financieros Leasing													0				
OTROS INGRESOS Y EGRESOS	499.699	492.791	485.769	478.632	471.376	464.001	456.505	448.884	441.138	433.264	425.260	417.124	5.514.443	4.319.724	2.865.751	1.096.266	1
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	3.595.991	3.602.899	3.609.921	3.617.058	3.624.313	3.631.688	3.639.185	3.646.806	3.654.552	3.662.426	3.670.430	3.678.566	4.3633.834	61.332.013	70.228.536	80.201.455	89.954.11
Impuesto de Renta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6.616.620	14.842.42
REE	323.639	324.261	324.893	325.535	326.188	326.852	327.527	328.213	328.910	329.618	330.339	331.071	3.927.045	5.519.881	6.321.468	7.218.131	8.095.87
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUEST	3.272.352	3.278.638	3.285.028	3.291.523	3.298.125	3.304.836	3.311.659	3.318.593	3.325.642	3.332.807	3.340.091	3.347.495	3.9706.789	55.812.132	63.917.068	66.366.704	67.015.81
esena Legal	327.235	327.864	328.503	329.152	329.813	330.484	331.166	331.859	332.564	333.281	334.009	334.749	3.970.679	5.581.213	6.391.707	6.636.670	6.701.58
UTILIDAD DEL EJERCICIO	2.945.117	2.950.774	2.956.525	2.962.371	2.968.313	2.974.353	2.980.493	2.986.734	2.993.078	2.999.527	3.006.082	3.012.745	35736.110	50.230.919	57.525.361	59.730.034	60.314.23
Utilidad Acumulada													35736.110	85.967.029	143.492.390	203.222.424	263.536.68
esena Legal Acumulada													3.970.679	9.551.892	15.943.599	22.580.269	29.281.85

Fuente: Los Autores.

5.6 FLUJOS DE CAJA.

El flujo de caja es el movimiento de entradas y salidas de dinero en un tiempo dado formulando las utilidades líquidas esperadas en un periodo determinado. En los cuadros 41 y 42 se muestra el flujo de caja con y sin financiación.

Análisis de resultados de VPN, TIR Y B/C Sin financiación. Analizando las variables utilizadas en la evaluación del flujo neto, las cuales son; VPN TIR Y B/C proyectado a 5 años y al arrojar el Valor presente Neto (VPN) un resultado mayor a cero, lo que significa que el restaurante es viable, al traer los valores futuros al presente se obtiene una ganancia de \$ 131.388.163, al analizar la Tasa Interna de Retorno (TIR), se observa que el porcentaje es de 69,37%, con el análisis de la variable Beneficio-Costo (B/C) es de 2.30, es decir que por cada peso de la inversión, la empresa recuperara 2.30 veces los pesos invertidos.

Análisis de resultados de VPN, TIR Y B/C. con financiación. En esta evaluación con financiación se evidencia que la rentabilidad mínima que se espera recibir es de 15.98%, La (TIR) que se espera es de 90,45%, que es mayor que la tasa mínima de rentabilidad, la relación (B/C) indica que por cada peso invertido se recuperan dos pesos con ochenta y seis centavos, este análisis evidencia que el proyecto es viable.

Cuadro 41. Flujo de caja con financiación

INGRESOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
recursos	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	407.283.381	424.486.990	442.034.964	460.281.604	478.655.87
IA Cobrado	5.430.445	5.430.445	5.430.445	5.430.445	5.430.445	5.430.445	5.430.445	5.430.445	5.430.445	5.430.445	5.430.445	5.430.445	65.165.341	67.917.918	70.725.594	73.629.057	76.584.93
OTAL INGRESOS	39.370.727	39.370.727	39.370.727	39.370.727	39.370.727	39.370.727	39.370.727	39.370.727	39.370.727	39.370.727	39.370.727	39.370.727	472.448.721	492.404.908	512.760.558	533.810.661	555.240.81
GRESOS																	
omina	6.388.445	6.388.445	6.388.445	6.388.445	6.388.445	9.159.589	6.388.445	6.388.445	6.388.445	6.388.445	6.388.445	11.715.531	84.759.574	93.586.272	96.355.757	99.081.309	101.764.40
astos de Administración	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	25.880.160	26.679.857	27.466.913	28.241.480	29.004.00
astos de Ventas	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	6.840.000	7.051.356	7.259.371	7.464.085	7.665.61
IF y Materiales Indirectos	1.299.821	1.299.821	1.299.821	1.299.821	1.299.821	1.299.821	1.299.821	1.299.821	1.299.821	1.299.821	1.299.821	1.299.821	15.597.848	15.671.768	15.757.515	15.856.982	15.972.36
Pagado	2.713.988	2.713.988	2.713.988	2.713.988	2.713.988	2.713.988	2.713.988	2.713.988	2.713.988	2.713.988	2.713.988	2.713.988	32.567.858	33.574.204	34.564.643	35.539.366	36.498.92
Balance al Inicio de caja	0	0	0	0	10.865.828	0	0	0	10.865.828	0	0	0	21.731.656	33.761.637	35.555.205	37.446.777	39.420.57
IA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	134.035	1.400.807	1.458.715	1.518.59
Impuesto de Renta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6.616.62
REE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	362.7045	5.519.881	6.321.468	7.181.13
agos	5.088.728	5.088.728	16.962.426	16.962.426	16.962.426	16.962.426	16.962.426	16.962.426	16.962.426	16.962.426	16.962.426	16.962.426	179.801.714	209.104.983	215.306.826	221.410.304	227.418.62
OTAL EGRESOS	18.217.662	18.217.662	30.091.360	30.091.360	40.957.188	32.862.503	30.091.360	30.091.360	40.957.188	30.091.360	30.091.360	35.418.446	367.178.809	404.701.157	439.186.919	452.820.487	473.097.80
LUJO DE CAJA OPERACIONAL	2.115.3065	21.153.065	9.279.367	9.279.367	(1.586.461)	65.08.224	9.279.367	9.279.367	(1.586.461)	9.279.367	9.279.367	3.952.281	105.269.913	67.703.751	73.573.638	80.990.173	82.142.94
LUJO DE CAJA FINANCIERO																	
astos Financieros Prebmo	49.629	492.791	485.769	478.632	471.376	46.4001	456.505	448.884	441.138	433.264	425.260	417.124	5.514.443	4.319.724	2.865.751	1.096.266	
morizaci on Prestamo	41.8640	425.547	432.569	439.707	446.962	45.4237	461.834	469.454	477.200	485.074	493.078	501.214	5.505.617	6.700.336	8.154.309	9.922.794	
astos Financieros Leasing													0				
morizaci on Leasing													0				
OTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	91.8338	918.338	918.338	918.338	918.338	91.8338	918.338	918.338	918.338	918.338	918.338	918.338	11.020.060	11.020.060	11.020.060	11.020.060	11.020.060
LUJO DE CAJANETO	20.234.727	20.234.727	8.361.028	8.361.028	(2.504.799)	55.89.885	8.361.028	8.361.028	(2.504.799)	8.361.028	8.361.028	3.093.949	94.249.853	5.668.3691	62.553.579	69.970.114	82.142.94
ALDO CAJA INICIAL	5.835.1702	78.586.429	98.821.155	107.182.183	115.543.212	113.03.8413	118.628.298	126.989.326	135.350.255	132.845.555	141.206.584	149.567.612	58.251.702	152.601.555	209.285.246	271.838.825	341.808.99
ALDO CAJA FINAL	78.586.429	98.821.155	107.182.183	115.543.212	113.038.413	118.628.298	126.989.326	135.350.355	132.845.555	141.206.584	149.567.612	152.601.555	152.601.555	209.285.246	271.838.825	341.808.999	423.951.88
		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5										
		(70.662.796)	83.384.025	45.235.787	50.499.928	57.273.550	65.780.941										
TF (%)	4,39%																
PREAD (%)	11,10%																
DO (%)	15,98%																
PN (\$)	13.167.2992																
R (%)	90,45%																
IC (meses)	2,86																

Fuente: Los Autores.

Cuadro 42. Flujo de caja sin financiación

INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5		
Recibidos	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	33.940.282	407.283.381	424.486.990	442.034.964	460.181.604	478.655.871	497.283.381	
/A Cobrados	5.430.445	5.430.445	5.430.445	5.430.445	5.430.445	5.430.445	5.430.445	5.430.445	5.430.445	5.430.445	5.430.445	5.430.445	65.165.341	67.917.918	70.725.584	73.628.057	76.584.939	203.549.110	
OTRAL INGRESOS	39.370.727	39.370.727	39.370.727	39.370.727	39.370.727	39.370.727	39.370.727	39.370.727	39.370.727	39.370.727	39.370.727	39.370.727	472.448.721	492.404.908	512.760.558	533.810.661	555.240.810		
GRESOS																			
Comina	6.388.445	6.388.445	6.388.445	6.388.445	6.388.445	9.159.589	6.388.445	6.388.445	6.388.445	6.388.445	6.388.445	11.715.531	94.759.574	93.586.272	96.355.757	99.081.309	101.764.410		
Costos de Administración	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	2.156.680	25.880.160	26.679.857	27.466.913	28.241.480	29.004.000		
IF y materiales indirectos	1.299.821	1.299.821	1.299.821	1.299.821	1.299.821	1.299.821	1.299.821	1.299.821	1.299.821	1.299.821	1.299.821	1.299.821	15.597.848	15.671.768	15.757.515	15.856.980	15.972.363		
Costos de Ventas	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	6.840.000	7.051.356	7.259.371	7.464.085	7.665.616		
Salario Pagado	2.713.988	2.713.988	2.713.988	2.713.988	2.713.988	2.713.988	2.713.988	2.713.988	2.713.988	2.713.988	2.713.988	2.713.988	32.567.858	33.574.204	34.564.643	35.539.366	36.498.929		
Saldo total flujo de caja	0	0	0	0	10.865.828	0	0	0	10.865.828	0	0	0	21.731.656	33.761.637	35.555.205	37.446.777	39.420.570		
CAJA													0	1.344.035	1.400.807	1.458.715	1.518.599		
Impuesto de Renta													0	0	0	0	0	6.707.062	
REE													0	4.423.345	5.908.656	6.579.386	7.316.795		
pagos	5.088.728	5.088.728	16.962.426	16.962.426	16.962.426	16.962.426	16.962.426	16.962.426	16.962.426	16.962.426	16.962.426	16.962.426	179.801.714	209.104.983	215.306.826	221.410.304	227.418.627		
OTAL EGRESOS	18.217.602	18.217.602	30.091.360	30.091.360	40.957.188	32.802.503	30.091.360	30.091.360	40.957.188	30.091.360	30.091.360	35.418.446	367.178.809	425.197.457	439.575.685	453.078.405	473.286.971		
LUJO DE CAJA OPERACIONAL	21.153.065	21.153.065	9.279.367	9.279.367	(1.586.461)	6.508.224	9.279.367	9.279.367	(1.586.461)	9.279.367	9.279.367	3.952.281	105.269.913	67.207.451	73.184.863	80.732.256	81.953.839		
LUJO DE CAJA FINANCIERO																			
Costos Financieros Prestamo													0						
Amortización Prestamo													0						
Costos Financieros Leasing													0						
Amortización Leasing													0						
OTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
LUJO DE CAJA NETO	21.153.065	21.153.065	9.279.367	9.279.367	(1.586.461)	6.508.224	9.279.367	9.279.367	(1.586.461)	9.279.367	9.279.367	3.952.281	105.269.913	67.207.451	73.184.863	80.732.256	81.953.839		
ALDO CAJAINICIAL	58.351.702	79.504.767	100.657.832	109.937.198	119.216.565	117.630.104	124.138.328	133.417.694	142.697.061	141.110.600	150.389.967	159.669.334	58.351.702	163.621.615	163.621.615	230.829.066	304.013.929	384.746.185	466.700.024
ALDO CAJAFINAL	79.504.767	100.657.832	109.937.198	119.216.565	117.630.104	124.138.328	133.417.694	142.697.061	141.110.600	150.389.967	159.669.334	163.621.615	163.621.615	230.829.066	304.013.929	384.746.185	466.700.024		
		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑOS												
		(100.946.852)	94.404.085	55.759.546	61.131.213	68.035.692	88.591.836												
TF (%)	4,39%																		
PREAD (%)	11,10%																		
DO (%)	15,98%																		
PN (\$)	131.388.163																		
IR (%)	69,37%																		
IC (veces)	2,30																		

Fuente: Los Autores.

5.7 BALANCE GENERAL PROYECTADO

El balance general proyectado muestra la posición financiera en la cual está el restaurante en un periodo, a su vez presenta las fuentes de financiación.

5.7.1 Balance General Proyectado sin Financiación.

El balance general proyectado sin financiación muestra la situación real del restaurante en 5 años. Para el caso del total de los activos cuenta con un saldo inicial de \$100.946.852. Y se incrementa año a año hasta terminar en el 2017 con un saldo de activos de \$477.680.024. (Véase Cuadro 43).

Cuadro 43. Balance general proyectado sin financiación

ACTIVOS	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTES						
Caja - Bancos	58.351.702	163.621.615	230.829.066	304.013.929	384.746.185	466.700.024
C y C	0	0	0	0	0	0
Inventario	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	58.351.702	163.621.615	230.829.066	304.013.929	384.746.185	466.700.024
ACTIVOS NO CORRIENTES						
ACTIVOS FIJOS						
MUEBLES Y ENSERES	6.743.000	6.743.000	6.743.000	6.743.000	6.743.000	6.743.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN	4.350.000	4.350.000	4.350.000	4.350.000	4.350.000	4.350.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	21.960.000	21.960.000	21.960.000	21.960.000	21.960.000	21.960.000
Depreciación Acumulada	0	4.414.600	8.829.200	13.243.800	17.658.400	22.073.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	33.053.000	28.638.400	24.223.800	19.809.200	15.394.600	10.980.000
ACTIVOS DIFERIDOS						
Diferidos	9.542.150	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	9.542.150	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	42.595.150	28.638.400	24.223.800	19.809.200	15.394.600	10.980.000
TOTAL ACTIVOS	100.946.852	192.260.015	255.052.866	323.823.129	400.140.785	477.680.024
PA SIVO						
PA SIVO CORRIENTES						
C y P	0	23.747.396	24.481.191	25.203.386	25.914.121	26.613.803
Cesantías por Pagar	0	5.542.286	5.713.543	5.882.093	6.047.968	6.211.263
Intereses a Cesantías Por Pagar	0	665.341	666.900	706.134	726.047	745.650
Impuesto de Renta	0	0	0	0	6.707.062	14.842.428
CREE y Pagar	0	4.423.345	5.908.656	6.579.386	7.316.795	8.095.870
Iva por Pagar	0	10.866.828	11.447.905	12.053.650	12.696.563	13.362.003
Ica por Pagar	0	1.344.035	1.400.807	1.458.715	1.518.599	1.579.564
TOTAL PA SIVOS CORRIENTES	0	46.588.231	49.638.001	51.883.363	60.927.155	71.450.581
PA SIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Leasing Financiero	0	0	0	0	0	0
TOTAL PA SIVOS NO CORRIENTES	0	0	0	0	0	0
TOTAL PA SIVOS	0	46.588.231	49.638.001	51.883.363	60.927.155	71.450.581
PATRIMONIO						
Capital Social	100.946.852	100.946.852	100.946.852	100.946.852	100.946.852	100.946.852
Utilidad Acumulada	0	40.252.439	94.021.211	153.893.622	214.440.100	274.754.331
Reserva Legal Acumulada	0	4.472.493	10.446.801	17.099.291	23.826.678	30.523.259
TOTAL PATRIMONIO	100.946.852	145.671.784	205.414.864	271.939.766	339.213.630	406.229.442
PA SIVOS + PATRIMONIO	100.946.852	192.260.015	255.052.866	323.823.129	400.140.785	477.680.024

Fuente: Los Autores.

5.7.2 Balance General Proyectado Con Financiación.

El restaurante Financieramente se encuentra sin contratiempos económicos en este momento, lo refleja en el total de sus activos corrientes los cuales estarán en capacidad de cubrir sus pasivos corrientes. (Véase Cuadro 44).

Cuadro 44. Balance general proyectado con financiación

ACTIVOS	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTES						
Caja - Bancos	58.351.702	152.601.555	209.285.246	271.838.825	341.808.939	423.951.883
Por C		0	0	0	0	0
Inventario		0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	58.351.702	152.601.555	209.285.246	271.838.825	341.808.939	423.951.883
ACTIVOS NO CORRIENTES						
ACTIVOS FIJOS						
MUEBLES Y ENSERES	6.743.000	6.743.000	6.743.000	6.743.000	6.743.000	6.743.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN	4.350.000	4.350.000	4.350.000	4.350.000	4.350.000	4.350.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	21.960.000	21.960.000	21.960.000	21.960.000	21.960.000	21.960.000
Depreciación Acumulada	0	4.414.600	8.829.200	13.243.800	17.658.400	22.073.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	33.053.000	28.638.400	24.223.800	19.809.200	15.394.600	10.980.000
ACTIVOS DIFERIDOS						
Diferidos	9.542.150	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	9.542.150	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	42.595.150	28.638.400	24.223.800	19.809.200	15.394.600	10.980.000
TOTAL ACTIVOS	100.946.852	181.239.955	233.509.046	291.648.025	357.203.539	434.931.883
PASIVO						
PASIVO CORRIENTES						
Por P	0	23.747.396	24.481.191	25.203.386	25.914.121	26.613.803
Cesantías por Pagar	0	5.542.286	5.713.543	5.882.093	6.047.968	6.211.263
Intereses a Cesantías Por Pagar	0	665.341	685.900	706.134	726.047	746.650
Impuesto de Renta	0	0	0	0	6.616.620	14.842.428
PRE x Pagar	0	3.927.045	5.519.881	6.321.468	7.218.131	8.095.870
Iva por Pagar	0	10.865.828	11.447.905	12.063.650	12.696.563	13.362.003
Deuda por Pagar	0	1.344.035	1.400.807	1.458.715	1.518.599	1.579.564
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0	46.091.931	49.249.226	51.625.446	60.738.049	71.450.581
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones Financieras	30.284.056	24.778.439	18.078.103	9.923.794	0	0
Leasing Financiero	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	30.284.056	24.778.439	18.078.103	9.923.794	0	0
TOTAL PASIVOS	30.284.056	70.870.370	67.327.329	61.549.240	60.738.049	71.450.581
PATRIMONIO						
Capital Social	70.662.796	70.662.796	70.662.796	70.662.796	70.662.796	70.662.796
Utilidad Acumulada	0	35.736.110	85.967.029	143.492.390	203.222.424	263.536.655
Reserva Legal Acumulada	0	3.970.679	9.551.892	15.943.599	22.580.269	29.281.851
TOTAL PATRIMONIO	70.662.796	110.369.585	166.181.717	230.098.785	296.465.489	363.481.302
PASIVOS + PATRIMONIO	100.946.852	181.239.955	233.509.046	291.648.025	357.203.539	434.931.883

Fuente: Los Autores.

5.8 INDICADORES FINANCIEROS

El Balance General y el Estado de Resultados evalúan la capacidad para cumplir con las obligaciones a corto o largo plazo.

- **Indicadores Financieros Sin Financiación**

Indicadores de liquidez. Permiten medir la liquidez con la que cuenta el restaurante para poder cubrir sus obligaciones a corto plazo, en función a los activos líquidos que esta tenga más no la capacidad de activos que posea.

En la razón financiera y Prueba acida, se muestra que el restaurante tiene la capacidad para cubrir con sus deudas a corto plazo, y cumplir con sus compromisos financieros sin depender de su inventario para pagar las deudas que adquirió.

Indicadores de Apalancamiento. Este indicador mide la forma de cómo los activos del restaurante han sido financiados.

- **Endeudamiento:** Indica que el 24,23% fue financiada por terceros.

Indicador de Rentabilidad. Mide la capacidad que tiene el restaurante para generar utilidades, a partir de los recursos disponibles.

Rendimiento sobre Activos: da una idea del rendimiento obtenido sobre la inversión, en el año 1 este indicador genera el 23,26%, disminuyendo la participación, para el 5 año cae a un porcentaje de 14,03%.

Rendimiento sobre Patrimonio: mide la rentabilidad que obtienen los accionistas, en el primer año se alcanza 30,70% y termina el año cinco (5) con un 16,50%.

Margen Bruto: Calcula en forma porcentual la porción del ingreso que permitirá cubrir todos los gastos diferentes al costo de ventas. En el cuadro 45 específicamente en el margen bruto se muestra que el restaurante obtiene por sus ventas anuales un porcentaje de 37,99% aumentando durante los próximos años termina el año (5) con 41,19%.

Margen Operacional: Este indicador es el de mayor relevancia puesto que permite evidenciar si el restaurante está generando la suficiente utilidad para cubrir con sus obligaciones financieras en este caso se permite cubrir dichas obligaciones ya que para cada año aumenta.

Margen Neto: consiste en conocer cuánto porcentaje le está quedando a los socios del restaurante la empresa, en este es de 10,98%, 14,07%, 15,05%, 14,62% y el 14,00% respectivamente para cada año.

Cuadro 45. Indicadores financieros sin financiación

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capital trabajo neto	117.033.384	181.191.064	252.130.566	323.819.030	395.249.442
Razón Corriente	3,51	4,65	5,86	6,31	6,53
Prueba Acida	3,51	4,65	5,86	6,31	6,53
Días De Cartera	0	0	0	0	0
Rotación de Cartera	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
Endeudamiento	24,23%	19,46%	16,02%	15,23%	14,96%
Rendimiento sobre Activos	23,26%	23,42%	20,54%	16,81%	14,03%
Rendimiento sobre Patrimonio	30,70%	29,08%	24,46%	19,83%	16,50%
Margen Bruto	37,99%	38,76%	39,55%	40,37%	41,19%
Margen Operacional	12,07%	15,47%	16,54%	17,67%	18,79%
Margen Neto	10,98%	14,07%	15,05%	14,62%	14,00%

Fuente: Los Autores.

- **Indicadores Financieros Con Financiación**

Indicadores de Liquidez: En el cuadro 46 se efectúa una exposición de la capacidad con que cuenta el restaurante para cumplir con todas sus obligaciones oportuna y apropiadamente.

Indicadores de Apalancamiento: el siguiente cuadro muestra que se utilizan recursos de terceros para apalancar el restaurante.

Indicadores de Rentabilidad: Miden la rentabilidad del restaurante en este indicador. El 9,75% es el porcentaje que les resulta a los socios del mismo para el primer año.

Cuadro 46. Indicadores financieros con financiación

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capital trabajo neto	106.509.624	160.036.020	220.213.379	281.070.889	352.501.302
Razón Corriente	3,31	4,25	5,27	5,63	5,93
Prueba Acida	3,31	4,25	5,27	5,63	5,93
Días De Cartera	0	0	0	0	0
Rotación de Cartera	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
Endeudamiento	39,10%	28,83%	21,10%	17,00%	16,43%
Rendimiento sobre Activos	21,91%	23,90%	21,92%	18,58%	15,41%
Rendimiento sobre Patrimonio	35,98%	33,59%	27,78%	22,39%	18,44%
Margen Bruto	37,99%	38,76%	39,55%	40,37%	41,19%
Margen Operacional	12,07%	15,47%	16,54%	17,67%	18,79%
Margen Neto	9,75%	13,15%	14,46%	14,42%	14,00%

Fuente: Los Autores.

5.9 ANÁLISIS VERTICAL Y HORIZONTAL

El análisis vertical en el Balance general (B.G) y el estado de resultados (E.R) compara cifras en forma vertical, considerándose estático por que compara cifras de un solo periodo.

El procedimiento del Balance general es sencillo puesto que se divide caja-bancos en el total de activos del mismo año (ver cuadro 47 y 48) y para el Estado de Resultados se divide ventas entre ventas del mismo año.

5.9.1.1 Análisis Vertical del Balance General Proyectado Sin Financiación en pesos.

✓ Del total de activos el 57,80% se quedaron en **caja-banco** en el balance inicial; a partir del primer (1) año al quinto (5) año corresponden a caja-bancos los siguientes porcentajes presentando aumentos moderados: año (1) aumenta 85,10%; año (2) 90,50%; año (3) 93,88%; en el año (4) 96,15% y en el año (5) 97,70%. caja bancos presenta un aumento, a causa de la forma de venta que en este caso es de contado.

✓ Del total de activos el 6,68% corresponde a **muebles y enseres** para el balance inicial; para el año (1) el 3,51%; para el año (2) 2,64%; para el año (3) el 2,08% en el año (4) 1,69% y para el año (5) un 1,41%. Se evidencia una disminución por la depreciación de cada bien durante los cinco periodos.

✓ Del total de activos le corresponden para el balance inicial a **equipos de cómputo y comunicaciones** un 4,31%, en el año (1) el 2,26%, en el año (2) es 1,71%; año (3) el 1,34% en el año (4) es 1,09% y en el año (5) 0,91%. Disminuye año a año por ser un bien depreciable.

- ✓ Para efectos del análisis vertical de los activos se debe tener en cuenta que es un restaurante, en la cuenta de activos se muestra que los activos corrientes aumentan significativamente, puesto que se presenta una disminución en los activos fijos.
- ✓ Del total de los pasivos le corresponden para el primer (1) año a **cuentas por pagar** el 12,35%, en el segundo (2) año 9,60%, para el tercer (3) año 7,78%, en el cuarto (4) año 6,48% y en el quinto (5) año 5,57%.
- ✓ Del total de los pasivos, el 5,65% le corresponde al **IVA por pagar** para el año (1); en el año (2) 4,49%; para el año (3) 3,72%; el año (4) 3,17% y el año (5) 2,80%.
- ✓ En el análisis vertical sin financiación en el total de **pasivos corrientes** se muestra cómo el restaurante cuenta con la capacidad financiera para responder por sus deudas a corto plazo, puesto que en porcentaje sus deudas equivalen al 50 % del total de sus activos corrientes.
- ✓ Del total del patrimonio, el 52,51% le corresponde al **capital social** para el primer (1) año en el segundo (2) año un 39,58%; para el tercer (3) año 31,17%; para el cuarto (4) año 25,23% y el quinto (5) año 21,13%.
- ✓ Del total del patrimonio, permanece un 20,94% de **utilidad acumulada** para el año (1) para los demás años les corresponden los siguientes porcentajes año (2) 36,86%, año (3) 47,52%; el año (4) 53,59% y en el año (5) el 57,52%, respectivamente.
- ✓ En la cuenta patrimonio se evidencia aumento en las **utilidades** de la actividad del restaurante.

Cuadro 47. Análisis Vertical del Balance general proyectado sin Financiación en pesos.

ACTIVOS	BALANCE INICIAL	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 1	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 2	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 3	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 4	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 5	ANÁLISIS VERTICAL
ACTIVO CORRIENTES												
Caja - Bancos	58.351.702	57,80%	163.621.615	85,10%	230.829.066	90,50%	304.013.929	93,88%	384.746.188	96,15%	466.700.024	97,70%
CxC	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Inventario	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	58.351.702	57,80%	163.621.615	85,10%	230.829.066	90,50%	304.013.929	93,88%	384.746.188	96,15%	466.700.024	97,70%
ACTIVOS NO CORRIENTES												
ACTIVOS FIJOS												
MUEBLES Y ENSERES	6.743.000	6,68%	6.743.000	3,51%	6.743.000	2,84%	6.743.000	2,08%	6.743.000	1,69%	6.743.000	1,41%
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN	4.350.000	4,31%	4.350.000	2,26%	4.350.000	1,71%	4.350.000	1,34%	4.350.000	1,09%	4.350.000	0,91%
MAQUINARIA Y EQUIPO	21.960.000	21,75%	21.960.000	11,42%	21.960.000	8,81%	21.960.000	6,78%	21.960.000	5,49%	21.960.000	4,60%
Depreciación Acumulada	0	0,00%	4.414.600	2,30%	8.829.200	3,46%	13.243.800	4,09%	17.658.400	4,41%	22.073.000	4,62%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	33.053.000	32,74%	28.638.400	14,90%	24.223.800	9,90%	19.809.200	6,12%	15.394.600	3,85%	10.980.000	2,30%
ACTIVOS DIFERIDOS												
Diferidos	9.542.150	9,45%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	9.542.150	9,45%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	42.595.150	42,20%	28.638.400	14,90%	24.223.800	9,90%	19.809.200	6,12%	15.394.600	3,85%	10.980.000	2,30%
TOTAL ACTIVOS	100.946.852	100,00%	192.260.015	100,00%	255.052.866	100,00%	323.823.129	100,00%	400.140.788	100,00%	477.680.024	100,00%
PA SIVO												
PA SIVO CORRIENTES												
CxP	0	0,00%	23.747.396	12,35%	24.481.191	9,60%	25.203.386	7,78%	25.914.121	6,48%	26.613.803	5,57%
Reservas por Pagar	0	0,00%	5.542.286	2,88%	5.713.543	2,24%	5.882.093	1,82%	6.047.968	1,51%	6.211.263	1,30%
Intereses a Cesantías Por Pagar	0	0,00%	665.341	0,35%	665.900	0,27%	706.134	0,22%	726.047	0,18%	745.650	0,16%
Impuesto de Renta	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	6.707.062	1,68%	14.842.428	3,11%
PREP por Pagar	0	0,00%	4.423.345	2,30%	5.908.656	2,32%	6.579.366	2,03%	7.316.795	1,83%	8.095.670	1,69%
IB por Pagar	0	0,00%	10.865.828	5,65%	11.447.905	4,49%	12.083.650	3,72%	12.696.563	3,17%	13.362.003	2,80%
IB por Pagar	0	0,00%	1.344.035	0,70%	1.400.807	0,55%	1.458.715	0,45%	1.518.599	0,38%	1.579.564	0,33%
TOTAL PA SIVOS CORRIENTES	0	0,00%	46.588.231	24,23%	49.638.001	19,46%	51.883.363	16,02%	60.927.155	15,23%	71.450.581	14,96%
PA SIVOS NO CORRIENTES												
Deuda por Pasivos Financieros	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Deuda por Pasivos Financieros	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL PA SIVOS NO CORRIENTES	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL PA SIVOS	0	0,00%	46.588.231	24,23%	49.638.001	19,46%	51.883.363	16,02%	60.927.155	15,23%	71.450.581	14,96%
PATRIMONIO												
Capital Social	100.946.852	100,00%	100.946.852	52,51%	100.946.852	39,58%	100.946.852	31,17%	100.946.852	25,23%	100.946.852	21,13%
Reserva Acumulada	0	0,00%	40.282.439	20,94%	94.021.211	36,86%	153.893.622	47,52%	214.440.100	53,59%	274.754.331	57,52%
Reserva Legal Acumulada	0	0,00%	4.472.493	2,33%	10.446.801	4,10%	17.099.291	5,28%	23.826.678	5,95%	30.528.259	6,39%
TOTAL PATRIMONIO	100.946.852	100,00%	145.671.784	75,77%	205.414.864	80,54%	271.939.765	83,98%	339.213.630	84,77%	406.229.442	85,04%
PA SIVOS + PATRIMONIO	100.946.852	100,00%	192.260.015	100,00%	255.052.866	100,00%	323.823.129	100,00%	400.140.788	100,00%	477.680.024	100,00%

Fuente: Los Autores.

5.9.1.2 Análisis Vertical del Balance General Proyectado Con Financiación en pesos.

✓ Del total de activos el 57,80% se quedaron en **caja-banco** en el balance inicial; en el año 1 al 5 corresponde a caja-bancos los siguientes valores presentando aumentos: año (1) aumenta 84,20%; año (2) 89,63%; año (3) 93,21%; en el año (4) 95,69% y en el año (5) 97,48%. Se debe a los aumentos en las ventas, Evidenciando el peso que tiene en los activos totales.

✓ Del total de activos el 6,68% corresponde a **muebles y enseres** para el balance inicial; en el año (1) el 3,72%; en el año (2) 2,89%; año (3) el 2,31%; en el año (4) 1,89% y en el año (5) 1,55%.

✓ Del total de activos le corresponden para el balance inicial a **equipos de cómputo y comunicaciones** un 4,31% en el año (1) 2,40%; en el año (2) es el 1,86%; año (3) 1,49%; en el año (4) es 1,22% y en el año (5) 1,00%. Se evidencia disminución por ser un bien depreciable.

✓ La cuenta representativa es **caja-bancos** por su actividad, que se realiza de contado, esto influye puesto que todo se convierte en flujo de caja.

✓ Del total de los pasivos le corresponden para el año (1) **cuentas por pagar** el 13,10%, en el año (2) 10,48%, para el año (3) 8,64%, en el año (4) 7,25% y en el año (5) 6,12%. Lo cual muestra una disminución favorable en el transcurso de los 5 años.

✓ Del total de los pasivos, el 6,00% le corresponde al **IVA por pagar** para el año (1) en el año (2) 4,90%; para el año (3) 4,13%; año (4) 3,55% y el año (5) 3,07%.

✓ Del total del patrimonio, el 38,99% le corresponde al **capital social** para el año (1) en el año (2) 30,26%; para el año (3) 24,23%; año (4) 19,78% y el año (5) 16,25%.

✓ Del total del patrimonio, se queda el 19,72% de **utilidad acumulada** para el año (1) para los años del 2 al 5, se generan utilidades del 36,82%, para el año (2); 49,20% año (3); 56,89% en el año (4); 60,59% en el año (5).

Se muestra una solidez para el restaurante ya que el mayor porcentaje está en el capital de los socios, no tiene liquidez por que tiene como pagar sus obligaciones. Ver pág. 158

5.9.1.3 Análisis Vertical del Estado de Resultados Sin Financiación en Pesos.

✓ Del total de las ventas el 62,01% corresponden a los **costos** del primer (1) año; para el año (2) el 61,24%; en el año (3) el 60,45%; para el año (4) un 59,63% y en el año (5) el 58,81%. Esto se evidencia puesto que los costos de los productos disminuyen, cabe aclarar que todo está sujeto a la variación del IPC anual.

✓ Del total de las ventas en el primer (1) año es del 37,99%; para el año (2) el 38,76%; en el año (3) el 39,55%; para el año (4) un 40,37% y en el año (5) el 41,19%. Correspondientes a las **utilidades brutas**, se ve un aumento puesto que los costos disminuyen cada año.

✓ Del total de las Ventas el 14,14% son **de nómina** en el año (1) en el año (2) 13,98%; año (3) 13,82%; año (4) 13,65%; año (5) 13,48%. Esta disminución porcentual se debe al aumento en las ventas.

✓ Del total de las ventas el 6,35% corresponden a los **gastos de administración** en el año 1, en el año 2 es del 6,29%, el año 3 del 6,21%, en el año 4 es del 6,14% y en el año 5 los gastos de administración son 6,06% se observa que los gastos de administración disminuyen año a año en un mínimo porcentaje porque las ventas se mantienen.

✓ Del total de las ventas el 1,08% corresponden a la **depreciación** del primer año, el 1,04% es el valor del segundo año, para el tercer año el porcentaje es de 1,00%, el año 4 tiene un valor de 0,96% y para el año 5 la depreciación es del 0,92%, se encuentra que disminuyen en un mínimo porcentaje para cada año.

✓ Se observa que la **utilidad Neta** va aumentando cada año para el primer año tiene el 10,98% y para el quinto año es el 14,00%.

✓ Se observa que la **utilidad ejercicio** del primer año es el 9,88% y para el quinto año es el 12,60% registrando porcentajes de los resultados positivos obtenidos por el restaurante. (Véase Cuadro 48 pág. 159).

5.9.1.4 Análisis Vertical del Estado de Resultados Con Financiación en Pesos. El análisis vertical en el estado de resultado para realizar comparaciones temporales entre cifras.

✓ Del total de las ventas el 62,01% corresponden a los **costos** del primer (1) año; para el año (2) el 61,24%; en el año (3) el 60,45%; para el año (4) un 59,63% y en el año (5) el 58,81%. Esto se evidencia puesto que los costos de los productos disminuyen, cabe aclarar que todo está sujeto a la variación del IPC anual.

✓ Del total de las ventas en el primer (1) año es del 37,99%; para el año (2) el 38,76%; en el año (3) el 39,55%; para el año (4) un 40,37% y en el año (5) el

41,19%. Correspondientes a las **utilidades brutas**, se ve un aumento puesto que los costos disminuyen cada año.

✓ Del total de las Ventas el 14,14% son **de nómina** en el año (1) en el año (2) 13,98%; año (3) 13,82%; año (4) 13,65%; año (5) 13,48%. Esta disminución porcentual se debe al aumento en las ventas.

✓ Del total de las ventas el 6,35% corresponden a los **gastos de administración** en el año 1, en el año 2 es del 6,29%, el año 3 del 6,21%, en el año 4 es del 6,14% y en el año 5 los gastos de administración son 6,06% se observa que los gastos de administración disminuyen año a año en un mínimo porcentaje porque las ventas se mantienen.

✓ Del total de las ventas el 1,08% corresponden a la **depreciación** del primer año, el 1,04% es el valor del segundo año, para el tercer año el porcentaje es de 1,00%, el año 4 tiene un valor de 0,96% y para el año 5 la depreciación es del 0,92%, se encuentra que disminuyen en un mínimo porcentaje para cada año.

✓ Se observa que la **utilidad Neta** va aumentando cada año para el primer año tiene el 9,75%, para el segundo año es de 13,15%; para el tercer año es del 14,46%; para el cuarto año es el 14,42% y para el quinto año es el 14,00%.

✓ Se observa que la **utilidad ejercicio** del primer año es el 8,77%, para el segundo año del 11,83%; para el tercer año es del 13,01%; para el cuarto año es el 12,98% y para el quinto año es el 12,60%, registra el porcentaje de los resultados positivos obtenidos por la empresa. Ver cuadro 49.

Se observa que el restaurante tiene una utilidad bruta superior a los gastos, obteniendo una utilidad operacional favorable ya que esta le permite cancelar los impuestos antes de renta dejando una utilidad del ejercicio beneficiosa tanto para

la empresa como los socios. Aunque comparándola con el estado de resultados sin financiamiento este da una mayor utilidad del ejercicio durante los cuatro primeros años y para el quinto año se mantiene con el 12.60% para los dos estados de resultados. Ver pág. 160

5.9.1.5 Análisis Horizontal del Balance General Proyectado Sin Financiación en Pesos. El análisis horizontal busca determinar la variación absoluta o relativa de cada cuenta en los estados financieros, comparando un periodo con otro determinando así cual fue el crecimiento o decrecimiento de una cuenta en un periodo determinado.

En la cuenta caja-bancos, Total activos y Pasivos Patrimonio hay un porcentaje de 100% lo que indica que hubo un aumento en el inicial con respecto al base, variación relativa caja-bancos \$ 105.269.913 variación absoluta, un porcentaje de 180,41%, Variación relativa, total activos \$ 91.313.163 variación absoluta 90,46%; Pasivo patrimonio variación absoluta \$ 91.313.163 variación absoluta 90,46%.

En los pasivos corrientes a excepción del reteica por pagar muestra una menor variación puesto que este fenómeno se debe a que estos resultados vienen de la nómina de administración y ventas y estos se proyectan con el IPC de cada año que en este caso es igual para los 5 años proyectados.

La utilidad o pérdida acumulada muestra en la variación relativa y en la variación porcentual que desde el año 1 registra utilidad acumulada aumentada debido a que sus ventas aumentan y sus deudas disminuyen para cada año ver cuadro 50 pág. 161.

5.9.1.6 Análisis Horizontal del Balance General Proyectado Con Financiación en Pesos. La cuenta caja-bancos muestra variaciones porcentualmente como en pesos, desde el balance inicial hasta el primer año se presentó un aumento de \$ 94.249.853 equivalente a un 161,52% debido a las ventas que se realizaron en ese periodo el año (5) de \$ 82.142.945 y en variación relativa un 24,03%.

El total pasivos muestra en el primer año una variación absoluta de \$ 40.586.314 y en la variación relativa el 134,02%, desde el año dos hasta el año 4, se tienen resultados negativos en la variación absoluta de \$ (3.543.041), (5.778.089) y (811.191) y en la variación relativa unos porcentajes de (5,00%), (8,58%) y (1,32%) correspondientes a cada año, recuperándose en el año 5 con una variación absoluta de \$ 10.712.532 y su variación relativa es 17,64%.

Se llama Utilidad acumulada y no pérdida acumulada por los resultados positivos que arrojo el estado de resultados y evidenciándose en el balance general.

La reserva legal acumulada muestra cómo ha sido su comportamiento durante los cinco años, de acuerdo al cuadro 5 de parámetros económicos su porcentaje es de 10%. Ver cuadro 51 pág. 162.

Cuadro 48. Análisis Vertical del Balance general proyectado con Financiación en pesos

ACTIVOS	BALANCE INICIAL	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 1	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 2	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 3	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 4	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 5	ANÁLISIS VERTICAL
ACTIVOS CORRIENTES												
Caja - Bancos	58.351.702	57,80%	152.601.555	84,20%	209.285.246	89,63%	271.838.825	93,21%	341.808.939	95,69%	423.951.883	97,48%
Prx C		0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Deudor		0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
OTAL ACTIVOS CORRIENTES	58.351.702	57,80%	152.601.555	84,20%	209.285.246	89,63%	271.838.825	93,21%	341.808.939	95,69%	423.951.883	97,48%
ACTIVOS NO CORRIENTES												
ACTIVOS FIJOS												
MUEBLES Y ENSERES	6.743.000	6,68%	6.743.000	3,72%	6.743.000	2,89%	6.743.000	2,31%	6.743.000	1,89%	6.743.000	1,55%
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN	4.350.000	4,31%	4.350.000	2,40%	4.350.000	1,86%	4.350.000	1,49%	4.350.000	1,22%	4.350.000	1,00%
MAQUINARIA Y EQUIPO	21.960.000	21,75%	21.960.000	12,12%	21.960.000	9,40%	21.960.000	7,53%	21.960.000	6,15%	21.960.000	5,05%
Depreciación Acumulada	0	0,00%	4.414.600	2,44%	8.829.200	3,78%	13.243.800	4,54%	17.658.400	4,94%	22.073.000	5,08%
OTAL ACTIVOS FIJOS	33.053.000	32,74%	28.638.400	15,80%	24.223.800	10,37%	19.809.200	6,79%	15.394.600	4,31%	10.980.000	2,52%
ACTIVOS DIFERIDOS												
Retiros	9.542.150	9,45%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
OTAL ACTIVOS DIFERIDOS	9.542.150	9,45%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
OTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	42.595.150	42,20%	28.638.400	15,80%	24.223.800	10,37%	19.809.200	6,79%	15.394.600	4,31%	10.980.000	2,52%
OTAL ACTIVOS	100.946.852	100,00%	181.239.955	100,00%	233.509.046	100,00%	291.648.025	100,00%	357.203.539	100,00%	434.931.883	100,00%
PA\$IVOS												
PA\$IVOS CORRIENTES												
Prx P	0	0,00%	23.747.396	13,10%	24.481.191	10,48%	25.203.386	8,64%	25.914.121	7,25%	26.613.803	6,12%
Reservas por Pagar	0	0,00%	5.542.286	3,06%	5.713.543	2,45%	5.882.093	2,02%	6.047.968	1,69%	6.211.263	1,43%
Intereses a Cesantías Por Pagar	0	0,00%	665.341	0,37%	685.900	0,29%	706.134	0,24%	726.047	0,20%	745.650	0,17%
Impuesto de Renta	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	6.616.620	1,85%	14.842.428	3,41%
PREE x Pagar	0	0,00%	3.927.045	2,17%	5.519.881	2,36%	6.321.468	2,17%	7.218.131	2,02%	8.095.870	1,86%
Impuesto por Pagar	0	0,00%	10.865.828	6,00%	11.447.905	4,90%	12.053.650	4,13%	12.696.563	3,55%	13.362.003	3,07%
Impuesto por Pagar	0	0,00%	1.344.035	0,74%	1.400.807	0,60%	1.458.715	0,50%	1.518.599	0,43%	1.579.564	0,36%
OTAL PA\$IVOS CORRIENTES	0	0,00%	46.091.931	25,43%	49.249.226	21,09%	51.625.446	17,70%	60.738.049	17,00%	71.450.581	16,43%
PA\$IVOS NO CORRIENTES												
obligaciones Financieras	30.284.056	30,00%	24.778.439	13,67%	18.078.103	7,74%	9.923.794	3,40%	0	0,00%	0	0,00%
leasing Financiero	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
OTAL PA\$IVOS NO CORRIENTES	30.284.056	30,00%	24.778.439	13,67%	18.078.103	7,74%	9.923.794	3,40%	0	0,00%	0	0,00%
OTAL PA\$IVOS	30.284.056	30,00%	70.870.370	39,10%	67.327.329	28,83%	61.549.240	21,10%	60.738.049	17,00%	71.450.581	16,43%
PATRIMONIO												
Capital Social	70.662.796	70,00%	70.662.796	38,99%	70.662.796	30,26%	70.662.796	24,23%	70.662.796	19,78%	70.662.796	16,25%
Reserva Acumulada	0	0,00%	35.736.110	19,72%	65.967.029	28,26%	143.492.390	49,20%	203.222.424	56,89%	263.536.655	60,59%
Reserva Legal Acumulada	0	0,00%	3.970.679	2,19%	9.551.892	4,09%	15.943.599	5,47%	22.580.269	6,32%	29.281.851	6,73%
OTAL PATRIMONIO	70.662.796	70,00%	110.369.585	60,90%	146.181.717	62,61%	230.098.785	78,90%	296.465.489	83,00%	363.481.302	83,57%
PA\$IVOS + PATRIMONIO	100.946.852	100,00%	181.239.955	100,00%	233.509.046	100,00%	291.648.025	100,00%	357.203.539	100,00%	434.931.883	100,00%

Fuente: Los Autores.

Cuadro 49. Análisis Vertical del Estado de Resultados Sin Financiación en Pesos

	AÑO 1	ANALISIS VERTICAL	AÑO 2	ANALISIS VERTICAL	AÑO 3	ANALISIS VERTICAL	AÑO 4	ANALISIS VERTICAL	AÑO 5	ANALISIS VERTICAL
INGRESOS										
Ventas	407.283.381	100,00%	424.486.990	100,00%	442.034.964	100,00%	460.181.604	100,00%	478.655.871	100,00%
Costos Mcia vendida	252.542.413	62,01%	259.937.921	61,24%	267.229.519	60,45%	274.420.496	59,63%	281.517.093	58,81%
UTILIDAD BRUTA	154.740.967	37,99%	164.549.069	38,76%	174.805.444	39,55%	185.761.107	40,37%	197.138.778	41,19%
EGRESOS										
Nomina	57.571.745	14,14%	59.350.712	13,98%	61.101.558	13,82%	62.824.622	13,65%	64.520.887	13,48%
Gastos de Administracion	25.880.160	6,35%	26.679.857	6,29%	27.466.913	6,21%	28.241.480	6,14%	29.004.000	6,06%
Gastos de Ventas	6.840.000	1,68%	7.051.356	1,66%	7.259.371	1,64%	7.464.085	1,62%	7.665.616	1,60%
Gastos de Depreciacion	4.414.600	1,08%	4.414.600	1,04%	4.414.600	1,00%	4.414.600	0,96%	4.414.600	0,92%
Gastos Diferidos	9.542.150	2,34%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
ICA	1.344.035	0,33%	1.400.807	0,33%	1.458.715	0,33%	1.518.599	0,33%	1.579.564	0,33%
Total Egresos	105.592.691	25,93%	98.897.332	23,30%	101.701.157	23,01%	104.463.386	22,70%	107.184.667	22,39%
UTILIDAD OPERACIONAL	49.148.277	12,07%	65.651.737	15,47%	73.104.287	16,54%	81.297.721	17,67%	89.954.111	18,79%
OTROS INGRESOS Y EGRESOS										
Gastos Financieros Prestamo	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
Gastos Financieros Leasing	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	49.148.277	12,07%	65.651.737	15,47%	73.104.287	16,54%	81.297.721	17,67%	89.954.111	18,79%
Impuesto de Renta	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	6.707.062	1,46%	14.842.428	3,10%
CREE	4.423.345	1,09%	5.908.656	1,39%	6.579.386	1,49%	7.316.795	1,59%	8.095.870	1,69%
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	44.724.932	10,98%	59.743.081	14,07%	66.524.901	15,05%	67.273.864	14,62%	67.015.813	14,00%
Reserva Legal	4.472.493	1,10%	5.974.308	1,41%	6.652.490	1,50%	6.727.386	1,46%	6.701.581	1,40%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	40.252.439	9,88%	53.768.773	12,67%	59.872.411	13,54%	60.546.478	13,16%	60.314.232	12,60%

Fuente: Los Autores.

Cuadro 50. Análisis Vertical del Estado de Resultados con Financiación en Pesos

	AÑO 1	ANALISIS VERTICAL	AÑO 2	ANALISIS VERTICAL	AÑO 3	ANALISIS VERTICAL	AÑO 4	ANALISIS VERTICAL	AÑO 5	ANALISIS VERTICAL
INGRESOS										
Ventas	407.283.381	100,00%	424.486.990	100,00%	442.034.964	100,00%	460.181.604	100,00%	478.655.871	100,00%
Costos Micia vendida	252.542.413	62,01%	259.937.921	61,24%	267.229.519	60,45%	274.420.496	59,63%	281.517.093	58,81%
UTILIDA D BRUTA	154.740.967	37,99%	164.549.069	38,76%	174.805.444	39,55%	185.761.107	40,37%	197.138.778	41,19%
EGRESOS										
Nomina	57.571.745	14,14%	59.350.712	13,98%	61.101.558	13,82%	62.824.622	13,65%	64.520.887	13,48%
Gastos de Administracion	25.880.160	6,35%	26.679.857	6,29%	27.466.913	6,21%	28.241.480	6,14%	29.004.000	6,06%
Gastos de Ventas	6.840.000	1,68%	7.051.356	1,66%	7.259.371	1,64%	7.464.085	1,62%	7.665.616	1,60%
Gastos de Depreciacion	4.414.600	1,08%	4.414.600	1,04%	4.414.600	1,00%	4.414.600	0,96%	4.414.600	0,92%
Gastos Diferidos	9.542.150	2,34%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
ICA	1.344.035	0,33%	1.400.807	0,33%	1.458.715	0,33%	1.518.599	0,33%	1.579.564	0,33%
Total Egresos	105.592.691	25,93%	98.897.332	23,30%	101.701.157	23,01%	104.463.386	22,70%	107.184.667	22,39%
UTILIDA D OPERACIONAL	49.148.277	12,07%	65.651.737	15,47%	73.104.287	16,54%	81.297.721	17,67%	89.954.111	18,79%
OTROS INGRESOS Y EGRESOS										
Gastos Financieros Prestamo	5.514.443	1,35%	4.319.724	1,02%	2.865.751	0,65%	1.096.266	0,24%	0	0,00%
Gastos Financieros Leasing	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	5.514.443	1,35%	4.319.724	1,02%	2.865.751	0,65%	1.096.266	0,24%	0	0,00%
UTILIDA D NETA ANTES DE IMPUESTOS	43.633.834	10,71%	61.332.013	14,45%	70.238.536	15,89%	80.201.455	17,43%	89.954.111	18,79%
Impuesto de Renta	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	6.616.620	1,44%	14.842.428	3,10%
OREE	3.927.045	0,96%	5.519.881	1,30%	6.321.468	1,43%	7.218.131	1,57%	8.095.870	1,69%
UTILIDA D NETA DESPUES DE IMPUESTOS	39.706.789	9,75%	55.812.132	13,15%	63.917.068	14,46%	66.366.704	14,42%	67.015.813	14,00%
Reserva Legal	3.970.679	0,97%	5.581.213	1,31%	6.391.707	1,45%	6.636.670	1,44%	6.701.581	1,40%
UTILIDA D DEL EJERCICIO	35.736.110	8,77%	50.230.919	11,83%	57.525.361	13,01%	59.730.034	12,98%	60.314.232	12,60%

Fuente: Los Autores.

Cuadro 51. Análisis Horizontal del Balance General Proyectado Sin Financiación en Pesos

ACTIVOS	BALANCE INICIAL	AÑO 1	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
ACTIVOS CORRIENTES																
Caja - Bancos	58.351.702	163.621.615	105.269.913	180,41%	230.829.066	67.207.451	41,07%	304.013.929	73.184.863	31,71%	384.746.185	80.732.256	26,56%	466.700.024	81.953.839	21,30%
C x C	0	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!
Inventario	0	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	58.351.702	163.621.615			230.829.066			304.013.929			384.746.185			466.700.024		
ACTIVOS NO CORRIENTES																
ACTIVOS FIJOS																
MUEBLES Y ENSERES	6.743.000	6.743.000	0	0,00%	6.743.000	0	0,00%	6.743.000	0	0,00%	6.743.000	0	0,00%	6.743.000	0	0,00%
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN	4.350.000	4.350.000	0	0,00%	4.350.000	0	0,00%	4.350.000	0	0,00%	4.350.000	0	0,00%	4.350.000	0	0,00%
MAQUINARIA Y EQUIPO	21.960.000	21.960.000	0	0,00%	21.960.000	0	0,00%	21.960.000	0	0,00%	21.960.000	0	0,00%	21.960.000	0	0,00%
Deprecación Acumulada	0	4.414.600	4.414.600	#DIV/0!	8.829.200	4.414.600	100,00%	13.243.800	4.414.600	50,00%	17.658.400	4.414.600	33,33%	22.073.000	4.414.600	25,00%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	33.053.000	28.638.400			24.223.800			19.809.200			15.394.600			10.980.000		
ACTIVOS DIFERIDOS																
Diferidos	9.542.150	0	(9.542.150)	(100,00%)	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	9.542.150	0	(9.542.150)	(100,00%)	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	42.595.150	28.638.400	(13.956.750)	(32,77%)	24.223.800	(4.414.600)	(15,41%)	19.809.200	(4.414.600)	(18,22%)	15.394.600	(4.414.600)	(22,29%)	10.980.000	(4.414.600)	(28,68%)
TOTAL ACTIVOS	100.946.852	192.260.015	91.313.163	90,46%	255.052.866	62.792.851	32,66%	323.823.129	68.770.263	26,96%	400.140.785	76.317.656	23,57%	477.680.024	77.539.239	19,38%
PASIVO																
PASIVO CORRIENTES																
C x P	0	23.747.396	23.747.396	#DIV/0!	24.481.191	733.795	3,09%	25.203.386	722.195	2,95%	25.914.121	710.735	2,82%	26.613.803	699.681	2,70%
Cesantías por Pagar	0	5.542.286	5.542.286	#DIV/0!	5.713.543	171.257	3,09%	5.882.093	168.550	2,95%	6.047.968	165.875	2,82%	6.211.263	163.295	2,70%
Intereses a Cesantías Por Pagar	0	665.341	665.341	#DIV/0!	685.900	20.559	3,09%	706.134	20.234	2,95%	726.047	19.913	2,82%	745.650	19.603	2,70%
Impuesto de Renta	0	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	6.707.062	6.707.062	#DIV/0!	14.842.428	8.135.366	121,30%
CREE x Pagar	0	4.423.345	4.423.345	#DIV/0!	5.908.656	1.485.311	33,58%	6.579.386	670.729	11,35%	7.316.795	737.409	11,21%	8.095.870	779.075	10,65%
Iva por Pagar	0	10.865.828	10.865.828	#DIV/0!	11.447.905	582.077	5,36%	12.053.650	605.746	5,29%	12.696.563	642.913	5,33%	13.362.003	665.440	5,24%
Ica por Pagar	0	1.344.035	1.344.035	#DIV/0!	1.400.807	56.772	4,22%	1.458.715	57.908	4,13%	1.518.599	59.884	4,11%	1.579.564	60.965	4,01%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0	46.588.231	46.588.231	#DIV/0!	49.638.001	3.049.770	6,55%	51.883.363	2.245.362	4,52%	60.927.155	9.043.792	17,43%	71.450.581	10.523.426	17,27%
PASIVOS NO CORRIENTES																
Obligaciones Financieras	0	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!
Leasing Financiero	0	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	0	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!
TOTAL PASIVOS	0	46.588.231	46.588.231	#DIV/0!	49.638.001	3.049.770	6,55%	51.883.363	2.245.362	4,52%	60.927.155	9.043.792	17,43%	71.450.581	10.523.426	17,27%
PATRIMONIO																
Capital Social	100.946.852	100.946.852	0	0,00%	100.946.852	0	0,00%	100.946.852	0	0,00%	100.946.852	0	0,00%	100.946.852	0	0,00%
Utilidad Acumulada	0	40.252.439	40.252.439	#DIV/0!	94.021.211	53.768.773	133,58%	153.893.622	59.872.411	63,68%	214.440.100	60.546.478	39,34%	274.754.331	60.314.232	28,13%
Resena Legal Acumulada	0	4.472.493	4.472.493	#DIV/0!	10.446.801	5.974.308	133,58%	17.099.291	6.652.490	63,68%	23.826.678	6.727.386	39,34%	30.528.259	6.701.581	28,13%
TOTAL PATRIMONIO	100.946.852	145.671.784	44.724.932	44,31%	205.414.864	59.743.081	41,01%	271.939.766	66.524.901	32,39%	339.213.630	67.273.864	24,74%	406.229.442	67.015.813	19,76%
PASIVOS + PATRIMONIO	100.946.852	192.260.015	91.313.163	90,46%	255.052.866	62.792.851	32,66%	323.823.129	68.770.263	26,96%	400.140.785	76.317.656	23,57%	477.680.024	77.539.239	19,38%

Fuente: Los Autores.

Cuadro 52. Análisis Horizontal del Balance General Proyectado con Financiación en Pesos

ACTIVOS	BALANCE INICIAL	AÑO 1	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
ACTIVO CORRIENTES																
Caja - Bancos	58.351.702	152.601.555	94.249.853	161,52%	209.285.246	56.683.691	37,14%	271.838.825	62.553.579	29,89%	341.808.939	69.970.114	25,74%	423.951.883	82.142.945	24,03%
C x C	0	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!
Inventario	0	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	58.351.702	152.601.555	94.249.853	161,52%	209.285.246	56.683.691	37,14%	271.838.825	62.553.579	29,89%	341.808.939	69.970.114	25,74%	423.951.883	82.142.945	24,03%
ACTIVOS NO CORRIENTES																
ACTIVOS FIJOS																
MUEBLES Y ENSERES	6.743.000	6.743.000	0	0,00%	6.743.000	0	0,00%	6.743.000	0	0,00%	6.743.000	0	0,00%	6.743.000	0	0,00%
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN	4.350.000	4.350.000	0	0,00%	4.350.000	0	0,00%	4.350.000	0	0,00%	4.350.000	0	0,00%	4.350.000	0	0,00%
MAQUINARIA Y EQUIPO	21.960.000	21.960.000	0	0,00%	21.960.000	0	0,00%	21.960.000	0	0,00%	21.960.000	0	0,00%	21.960.000	0	0,00%
Depreciación Acumulada	0	4.414.600	4.414.600	#DIV/0!	8.829.200	4.414.600	100,00%	13.243.800	4.414.600	50,00%	17.658.400	4.414.600	33,33%	22.073.000	4.414.600	25,00%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	33.053.000	28.638.400	(4.414.600)	(13,36%)	24.223.800	(4.414.600)	(15,41%)	19.809.200	(4.414.600)	(18,22%)	15.394.600	(4.414.600)	(22,29%)	10.980.000	(4.414.600)	(28,68%)
ACTIVOS DIFERIDOS																
Diferidos	9.542.150	0	(9.542.150)	(100,00%)	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	9.542.150	0	(9.542.150)	(100,00%)	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	42.595.150	28.638.400	(13.956.750)	(32,77%)	24.223.800	(4.414.600)	(15,41%)	19.809.200	(4.414.600)	(18,22%)	15.394.600	(4.414.600)	(22,29%)	10.980.000	(4.414.600)	(28,68%)
TOTAL ACTIVOS	100.946.852	181.239.955	80.293.103	79,54%	233.509.046	52.269.091	28,84%	291.648.025	58.138.979	24,90%	357.203.539	65.555.514	22,48%	434.931.883	77.728.345	21,76%
PASIVO																
PASIVO CORRIENTES																
C x P	0	23.747.396	23.747.396	#DIV/0!	24.481.191	733.795	3,09%	25.203.386	722.195	2,95%	25.914.121	710.735	2,82%	26.613.803	699.681	2,70%
Cesantías por Pagar	0	5.542.286	5.542.286	#DIV/0!	5.713.543	171.257	3,09%	5.882.093	168.550	2,95%	6.047.968	165.875	2,82%	6.211.263	163.295	2,70%
Intereses a Cesantías Por Pagar	0	665.341	665.341	#DIV/0!	685.900	20.559	3,09%	706.134	20.234	2,95%	726.047	19.913	2,82%	745.650	19.603	2,70%
Impuesto de Renta	0	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	6.616.620	6.616.620	#DIV/0!	14.842.428	8.225.808	124,32%
CREE x Pagar	0	3.927.045	3.927.045	#DIV/0!	5.519.881	1.592.836	40,56%	6.321.468	801.587	14,52%	7.218.131	896.663	14,18%	8.095.870	877.739	12,16%
Ira por Pagar	0	10.865.828	10.865.828	#DIV/0!	11.447.905	582.077	5,36%	12.053.650	605.746	5,29%	12.696.563	642.913	5,33%	13.362.003	665.440	5,24%
Ica por Pagar	0	1.344.035	1.344.035	#DIV/0!	1.400.807	56.772	4,22%	1.458.715	57.908	4,13%	1.518.599	59.884	4,11%	1.579.564	60.965	4,01%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0	46.091.931	46.091.931	#DIV/0!	49.249.226	3.157.295	6,85%	51.625.446	2.376.220	4,82%	60.738.049	9.112.603	17,65%	71.450.581	10.712.532	17,64%
PASIVOS NO CORRIENTES																
Obligaciones Financieras	30.284.056	24.778.439	(5.505.617)	(18,18%)	18.078.103	(6.700.336)	(27,04%)	9.923.794	(8.154.309)	(45,11%)	0	(9.923.794)	(100,00%)	0	0	#DIV/0!
Leasing Financiero	0	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	30.284.056	24.778.439	(5.505.617)	(18,18%)	18.078.103	(6.700.336)	(27,04%)	9.923.794	(8.154.309)	(45,11%)	0	(9.923.794)	(100,00%)	0	0	#DIV/0!
TOTAL PASIVOS	30.284.056	70.870.370	40.586.314	134,02%	67.327.329	(3.543.041)	(5,00%)	61.549.240	(5.778.089)	(8,58%)	60.738.049	(811.191)	(1,32%)	71.450.581	10.712.532	17,64%
PATRIMONIO																
Capital Social	70.662.796	70.662.796	0	0,00%	70.662.796	0	0,00%	70.662.796	0	0,00%	70.662.796	0	0,00%	70.662.796	0	0,00%
Utilidad Acumulada	0	35.736.110	35.736.110	#DIV/0!	85.967.029	50.230.919	140,56%	143.492.390	57.525.361	66,92%	203.222.424	59.730.034	41,63%	263.536.655	60.314.232	29,68%
Reserva Legal Acumulada	0	3.970.679	3.970.679	#DIV/0!	9.551.892	5.581.213	140,56%	15.943.599	6.391.707	66,92%	22.580.269	6.636.670	41,63%	29.281.851	6.701.581	29,68%
TOTAL PATRIMONIO	70.662.796	110.369.585	39.706.789	56,19%	166.181.717	55.812.132	50,57%	230.098.785	63.917.068	38,46%	296.465.489	66.366.704	28,84%	363.481.302	67.015.813	22,60%
PASIVOS + PATRIMONIO	100.946.852	181.239.955	80.293.103	79,54%	233.509.046	52.269.091	28,84%	291.648.025	58.138.979	24,90%	357.203.539	65.555.514	22,48%	434.931.883	77.728.345	21,76%

Fuente: Los Autores.

5.9.1.7 Análisis Horizontal del Estado de Resultados Sin Financiación en Pesos.

Permite determinar si el comportamiento del restaurante fue satisfactorio, este analiza cual fue el aumento o depreciación de una cuenta en un periodo determinado y si los cambios fueron positivos o negativos.

Las ventas se han incrementado del año (2) \$ 17.203.609, año (3) \$ 17.547.974, año (4) \$ 18.146.640, y para el año (5) \$ 18.474.267, manejando una variación relativa en el año (2) 4,22%; año (3) 4,13%; año (4) 4,11% y en el año (5) 4.01%.

IVA e ICA representan los porcentajes más bajos en los egresos con respecto a las otras cuentas manejan los mismos porcentajes de ventas en la variación relativa dados en ventas para cada año respectivamente.

El total de los egresos muestra una disminución para el año (1), esto es debido a que se presenta un valor en los gastos diferidos lo que permite que se incremente para este año ese valor total, del año (2 al 4) se observa un incremento. Ver cuadro 53 pág. 164.

5.9.1.8 Análisis Horizontal del Estado de Resultados Con Financiación en Pesos.

Las ventas se han incrementado del año (2) \$ 17.203.609, año (3) \$ 17.547.974, año (4) \$ 18.146.640, y para el año (5) \$ 18.474.267, manejando una variación relativa en el año (2) 4,22%; año (3) 4,13%; año (4) 4,11% y en el año (5) 4.01%. Estas indican que tienen el mismo comportamiento que el ERSF.

La utilidad neta del ejercicio tiene incremento generando una buena utilidad al restaurante en el año (2) se tiene una variación absoluta de \$ 14.494.809, con una

variación relativa del 40.56%, para el año (3) la variación absoluta es de \$ 7.294.442, la variación relativa es 14,52%, en el año (4) la variación absoluta es 2.204.673, manejando una variación relativa de 3,83%, para el año (5) la variación absoluta de \$ 584.198 y su variación relativa es de 0,98%.

En la utilidad acumulada se evidencia una variación absoluta y variación relativa positiva. Ver cuadro 54 pág. 165.

Cuadro 53. Análisis Horizontal del Estado de Resultados Sin Financiación en Pesos

	AÑO 1	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
INGRESOS													
Ventas	407.283.381	424.486.990	17.203.609	4,22%	442.034.964	17.547.974	4,13%	460.181.604	18.146.640	4,11%	478.655.871	18.474.267	4,01%
Costos Mcia vendida	252.542.413	259.937.921	7.395.507	2,93%	267.229.519	7.291.599	2,81%	274.420.496	7.190.977	2,69%	281.517.093	7.096.596	2,59%
UTILIDAD BRUTA	154.740.967	164.549.069	9.808.102	6,34%	174.805.444	10.256.375	6,23%	185.761.107	10.955.663	6,27%	197.138.778	11.377.670	6,12%
EGRESOS													
Nomina	57.571.745	59.350.712	1.778.967	3,09%	61.101.558	1.750.846	2,95%	62.824.622	1.723.064	2,82%	64.520.887	1.696.265	2,70%
Gastos de Administracion	25.880.160	26.679.857	799.697	3,09%	27.466.913	787.056	2,95%	28.241.480	774.567	2,82%	29.004.000	762.520	2,70%
Gastos de Ventas	6.840.000	7.051.356	211.356	3,09%	7.259.371	208.015	2,95%	7.464.085	204.714	2,82%	7.665.616	201.530	2,70%
Gastos de Depreciacion	4.414.600	4.414.600	0	0,00%	4.414.600	0	0,00%	4.414.600	0	0,00%	4.414.600	0	0,00%
Gastos Diferidos	9.542.150	0	(9.542.150)	(100,00%)	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!
ICA	1.344.035	1.400.807	56.772	4,22%	1.458.715	57.908	4,13%	1.518.599	59.884	4,11%	1.579.564	60.965	4,01%
Total Egresos	105.592.691	98.897.332	(6.695.358)	(6,34%)	101.701.157	2.803.825	2,84%	104.463.386	2.762.229	2,72%	107.184.667	2.721.280	2,61%
UTILIDAD OPERACIONAL	49.148.277	65.651.737	16.503.460	33,58%	73.104.287	7.452.550	11,35%	81.297.721	8.193.434	11,21%	89.954.111	8.656.390	10,65%
OTROS INGRESOS Y EGRESOS													
Gastos Financieros Prestamo	0	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!
Gastos Financieros Leasing	0	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	49.148.277	65.651.737	16.503.460	33,58%	73.104.287	7.452.550	11,35%	81.297.721	8.193.434	11,21%	89.954.111	8.656.390	10,65%
Impuesto de Renta	0	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	6.707.062	6.707.062	#DIV/0!	14.842.428	8.135.366	121,30%
CREE	4.423.345	5.908.656	1.485.311	33,58%	6.579.386	670.729	11,35%	7.316.795	737.409	11,21%	8.095.870	779.075	10,65%
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	44.724.932	59.743.081	15.018.149	33,58%	66.524.901	6.781.820	11,35%	67.273.864	748.963	1,13%	67.015.813	(258.051)	(0,38%)
Reserva Legal	4.472.493	5.974.308	1.501.815	33,58%	6.652.490	678.182	11,35%	6.727.386	74.896	1,13%	6.701.581	(25.805)	(0,38%)
UTILIDAD DEL EJERCICIO	40.252.439	53.768.773	13.516.334	33,58%	59.872.411	6.103.638	11,35%	60.546.478	674.067	1,13%	60.314.232	(232.246)	(0,38%)

Fuente: Los Autores

Cuadro 54. Análisis Horizontal del Estado de Resultados con Financiación en Pesos

	AÑO 1	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
INGRESOS													
Ventas	407.283.381	424.486.990	17.203.609	4,22%	442.034.964	17.547.974	4,13%	460.181.604	18.146.640	4,11%	478.655.871	18.474.267	4,01%
Costos Mcia. vendida	252.542.413	259.937.921	7.395.507	2,93%	267.229.519	7.291.599	2,81%	274.420.496	7.190.977	2,69%	281.517.093	7.096.596	2,59%
UTILIDAD BRUTA	154.740.967	164.549.069	9.808.102	6,34%	174.805.444	10.256.375	6,23%	185.761.107	10.955.663	6,27%	197.138.778	11.377.670	6,12%
EGRESOS													
Nomina	57.571.745	59.350.712	1.778.967	3,09%	61.101.558	1.750.846	2,95%	62.824.622	1.723.064	2,82%	64.520.887	1.696.265	2,70%
Gastos de Administracion	25.880.160	26.679.857	799.697	3,09%	27.466.913	787.056	2,95%	28.241.480	774.567	2,82%	29.004.000	762.520	2,70%
Gastos de Ventas	6.840.000	7.051.356	211.356	3,09%	7.259.371	208.015	2,95%	7.464.085	204.714	2,82%	7.665.616	201.530	2,70%
Gastos de Depreciacion	4.414.600	4.414.600	0	0,00%	4.414.600	0	0,00%	4.414.600	0	0,00%	4.414.600	0	0,00%
Gastos Diferidos	9.542.150	0	(9.542.150)	(100,00%)	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!
ICA	1.344.035	1.400.807	56.772	4,22%	1.458.715	57.908	4,13%	1.518.599	59.884	4,11%	1.579.564	60.965	4,01%
Total Egresos	105.592.691	98.897.332	(6.695.358)	(6,34%)	101.701.157	2.803.825	2,84%	104.463.386	2.762.229	2,72%	107.184.667	2.721.280	2,61%
UTILIDAD OPERACIONAL	49.148.277	65.651.737	16.503.460	33,58%	73.104.287	7.452.550	11,35%	81.297.721	8.193.434	11,21%	89.954.111	8.656.390	10,65%
OTROS INGRESOS Y EGRESOS						0	#DIV/0!		0	#DIV/0!		0	#DIV/0!
Gastos Financieros Prestamo	5.514.443	4.319.724	(1.194.719)	(21,67%)	2.865.751	(1.453.973)	(33,66%)	1.096.266	(1.769.485)	(61,75%)		(1.096.266)	(100,00%)
Gastos Financieros Leasing	0		0	#DIV/0!		0	#DIV/0!		0	#DIV/0!		0	#DIV/0!
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	5.514.443	4.319.724	(1.194.719)	(21,67%)	2.865.751	(1.453.973)	(33,66%)	1.096.266	(1.769.485)	(61,75%)	0	(1.096.266)	(100,00%)
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	43.633.834	61.332.013	17.698.179	40,56%	70.238.536	8.906.523	14,52%	80.201.455	9.962.919	14,18%	89.954.111	9.752.656	12,16%
Impuesto de Renta	0	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	6.616.620	6.616.620	#DIV/0!	14.842.428	8.225.808	124,32%
CREE	3.927.045	5.519.881	1.592.836	40,56%	6.321.468	801.587	14,52%	7.218.131	896.663	14,18%	8.095.870	877.739	12,16%
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTO	39.706.789	55.812.132	16.105.343	40,56%	63.917.068	8.104.936	14,52%	66.366.704	2.449.636	3,83%	67.015.813	649.109	0,98%
Reserva Legal	3.970.679	5.581.213	1.610.534	40,56%	6.391.707	810.494	14,52%	6.636.670	244.964	3,83%	6.701.581	64.911	0,98%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	35.736.110	50.230.919	14.494.809	40,56%	57.525.361	7.294.442	14,52%	59.730.034	2.204.673	3,83%	60.314.232	584.198	0,98%

Fuente: Los Autores.

5.10 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Es el método o el grado de riesgo que correría el restaurante si llega a modificar algunos de los valores siguientes.

En el cuadro 55 de Análisis de Sensibilidad, se realizó una disminución en el margen bruto del 10% y en las ventas un 2.5%, se encontró que el proyecto es muy sensible a variaciones en el margen de rentabilidad y en las ventas para este caso el proyecto ganaría por el volumen en ventas.

Si se disminuye el margen y las ventas en un porcentaje más bajo, el restaurante se verá en problemas económicos para su funcionamiento. El VPN y la TIR darían negativas y el B/C indicaría que por cada peso que la empresa invierta tendría una rentabilidad de forma negativa.

Cuadro 55. Punto de equilibrio

Análisis de sensibilidad de la Participación del mercado 2,5%					
valores reales	FSF	FCF	valores modificados	FSF	FCF
VPN (\$)	\$ 131.388.163	\$ 131.672.992	VPN (\$)	\$ 3.825.454	\$ 4.093.642
TIR (%)	63,37%	90,45%	TIR (%)	17,87%	18,79%
B/C (veces)	2,30	2,86	B/C (veces)	1,04	1,06

Análisis de sensibilidad del Margen 10%					
valores reales	FSF	FCF	valores modificados	FSF	FCF
VPN (\$)	\$ 131.388.163	\$ 131.672.992	VPN (\$)	\$ 55.461.131	\$ 55.413.705
TIR (%)	63,37%	90,45%	TIR (%)	39,40%	48,92%
B/C (veces)	2,30	2,86	B/C (veces)	1,53	1,76

Fuente: Los Autores.

5.11 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el nivel de ventas que debe tener el restaurante para cubrir los costos variables y los costos fijos. En el punto de equilibrio no hay pérdida ni ganancia ver cuadro 56.

Cuadro 56. Punto de equilibrio

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Punto Equilibrio ER SF	332	332	332	332	332	332	332	332	332	332	332	332	3.987	3.999	3.974	4.196	4.450
Punto Equilibrio ER CF	351	351	351	350	350	350	350	349	349	349	348	348	4.196	4.155	4.074	4.229	4.450

Fuente: Los Autores.

6. CONCLUSIONES

De acuerdo al estudio realizado se determinó que este proyecto tiene una factibilidad del 90% lo cual indica que además de ser una idea vital de emprendimiento, significa un proyecto de vida para quienes lo desarrollan.

Además de lo anterior, esta unidad de negocio cumple con todos los estándares y requerimientos legales a los cuales se debe acoger una organización.

Finalmente se aprecia el aporte que tiene al sector económico y gastronómico a nivel municipal, departamental y nacional; contribuyendo a estabilizar el factor de empleo.

7. BIBLIOGRAFÍA

Alcaldía Municipal de Yumbo. (2011). Comidas típicas del corregimiento de Mulaló. Recuperado 25 de noviembre de 2013, a partir de <http://www.yumbo.gov.co/portalcamy/index.php/links-de-interes?id=4988>

Actualícese. (2013). Decreto 803 de 24-04-2013. Recuperado 29 de noviembre de 2013, a partir de <http://actualicese.com/normatividad/2013/04/24/decreto-803-de-24-04-2013/>

Chiavenato. (2002). Administración en los Nuevos Tiempos. México: McGraw-Hill.

De Peces. (2012). ¿Cómo saber elegir correctamente el Acuario para peces? Recuperado 17 de noviembre de 2013, a partir de <http://www.depeces.com/538.html>

Diario Occidente. (2013). Tasa de desempleo sigue bajando en Cali. Recuperado 16 de noviembre de 2013, a partir de <http://www.occidente.co/tasa-de-desempleo-sigue-bajando-en-cali/>

El Prisma. (2013). El Precio: Concepto. Recuperado 16 de noviembre de 2013, a partir de http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/marketingmixcomp ras/

Gerencie. (2013). Importancia del emprendimiento. Recuperado 20 de noviembre de 2013, a partir de <http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>

Gobernación Valle del Cauca. (2006). Yumbo. Recuperado 17 de noviembre de 2013, a partir de http://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones/yumbo_pub

HSBNOTICIAS.COM. (2013). Tasa de desempleo sigue bajando en Cali y Yumbo. Recuperado 26 de noviembre de 2013, a partir de <http://hsbnoticias.com/bbvernoticia.asp?ac=Tasa-de-desempleo-sigue-bajando-en-Cali-y-Yumbo-&WPLACA=81836>

Infoalimentacion. (2013). Propiedades Nutricionales Del Pescado. Recuperado 16 de noviembre de 2013, a partir de http://www.infoalimentacion.com/documentos/propiedades_nutricionales_del_pescado.asp

Maslow, A. (1991). Motivación y Personalidad: una teoría de la motivación humana. Díaz de Santos S.A.

Portafolio. (2013). La industria gastronómica en Colombia sigue creciendo. Todo indica que los colombianos han decidido comer a la carta. Los restaurantes crecen 15%. Recuperado 29 de octubre de 2013, a partir de <http://m.portafolio.co/economia/la-industria-gastronomica-colombia-sigue-creciendo>

PUNTA CAMARÓN -. (2013). Restaurante Pescadería y Cevichería. Recuperado 17 de noviembre de 2013, a partir de <http://www.puntacamaron.com/home.htm>

Quintero Yepes, A., & Romero Velásquez, J. M. (2012). Análisis del sector. Recuperado 27 de noviembre de 2013, a partir de http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/67643/5/plan_empresa_restaurante.pdf.txt

Revista Semana. (2010). Esquema mental de triple resultado, 18. Retrieved from Recuperado 16 de noviembre de 2013, a partir de <http://www.revistasemana/esquemadetripleresultado/>

Ustate Duarte, E. Z. (2013). Diagnóstico De La Cadena Productiva Pesquera En La República De Colombia. Recuperado 23 de noviembre de 2013, a partir de http://www.unido.org/fileadmin/import/24117_DiagnsticoNacionaldeColombia.pdf

Vallaey, F. (2013). Breve marco teórico de responsabilidad social empresarial. Recuperado 28 de noviembre de 2013, a partir de <http://rsuniversitaria.org/web/images/stories/BreveMarcoTeodelaResponsabilidadSocialUniv.pdf>

Vanessa, & Héctor. (2009). Frituras, Picadas Y Mecato Del Valle Del Cauca: Un Recorrido Por Los Sabores Del Valle Del Cauca (Yumbo "Ca´pital industrial del Valle). Recuperado 28 de noviembre de 2013, a partir de <http://deliciasdelvalle.blogspot.com/2009/01/un-recorrido-por-los-sabores-del-valle.html>

Vivas Satizábal, J. de D. (2011). La sopa de tortilla es nuestro plato típico. Recuperado 25 de noviembre de 2013, a partir de <http://todosesupo.com/2011/08/1285/>

Zhuang Luo, Y. Z. (2012). Proyecto Para La Creación De Un Restaurante De Comida Típica De La Región Andina, De Las Provincias Del Tungurahua Y Chimborazo En La Ciudad De Guayaquil. Recuperado a partir de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/370/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-77.pdf>

8. ANEXOS

Anexo A. Modelo de la encuesta

ENCUESTA

Fecha: Día: _____ Mes: _____ Año: _____

1. Edad: _____ años
2. Sexo: F: _____ M: _____
3. Estrato: 2: _____ 3: _____
4. ¿Con que frecuencia visita usted un restaurante?
 Todos los días
 Una vez a la semana
 Cada 2 semanas
 Cada mes
 Cada 2 meses o mas
5. ¿Qué tipo de comida prefiere?
 Pastas
 Carnes
 Mariscos
 Pescados
6. ¿Cuáles son sus gustos o intereses en la alimentación?
 Saludables
 Bajos en grasa
 Fácil de adquirir
 Otros
7. ¿le gustan los pescados y los mariscos?
 Si
 No
8. ¿Cuánto pagaría por un plato principal?
 8.000 a 14.000
 15.000 a 20.000
 21.000 a 25.000
 > 26.000
9. ¿Le parece interesante que en el municipio de yumbo se plasme un proyecto que busque que los clientes tenga un sitio donde consumir pescados y mariscos?
 Si
 No
10. ¿Qué importancia le da a que la comida que consuma sea saludable?
 Solo acudo a restaurantes saludables
 Vario de tipo de restaurantes
 No importa si es saludable
 Alterno restaurantes saludables con lo que no lo son
11. ¿Qué elementos influyen en la elección de un restaurante?
 Precio
 Buena atención
 Buena sazón
 Ambiente agradable
 Ubicación

AGRADECEMOS LA ATENCIÓN PRESTADA...!!!

Fuente: Los Autores.

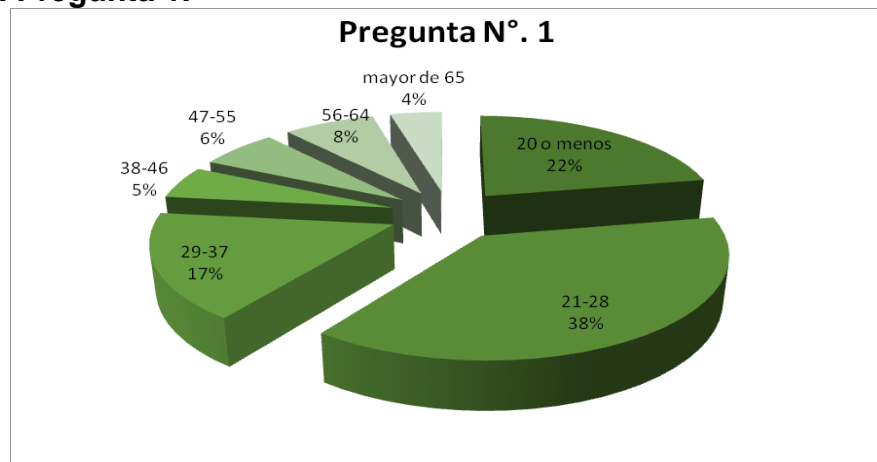
Una vez realizadas las encuestas, se obtuvieron los siguientes resultados:

Cuadro 57. Promedio.

1. EDAD	
20 o menos	21
21-28	36
29-37	16
38-46	5
47-55	6
56-64	7
mayor de 65	4

Fuente: Los Autores.

Gráfico 1. Pregunta 1.



Fuente: Los Autores.

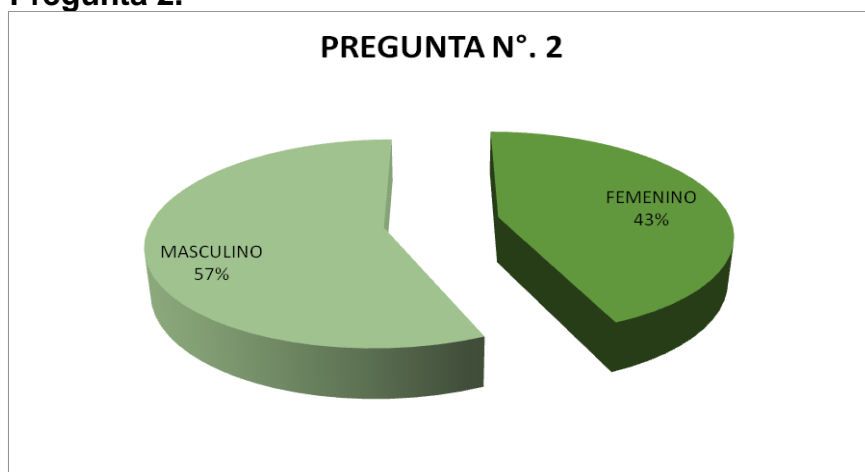
Los rangos de edad predominante se encuentra en un 38% de la población corresponde a jóvenes entre los 21 a 28 años de edad y el 22% entre menos de 20 años. El 4, 5, 6, 8 y 17% se encuentra entre la población de 30 en adelante, lo que contrasta especialmente con el mercado objetivo potencial con el que se planea dar inicio al proyecto.

Cuadro 58. Sexo

2. SEXO	
F	39
M	56

Fuente: Los Autores.

Gráfico 2. Pregunta 2.



Fuente: Los Autores.

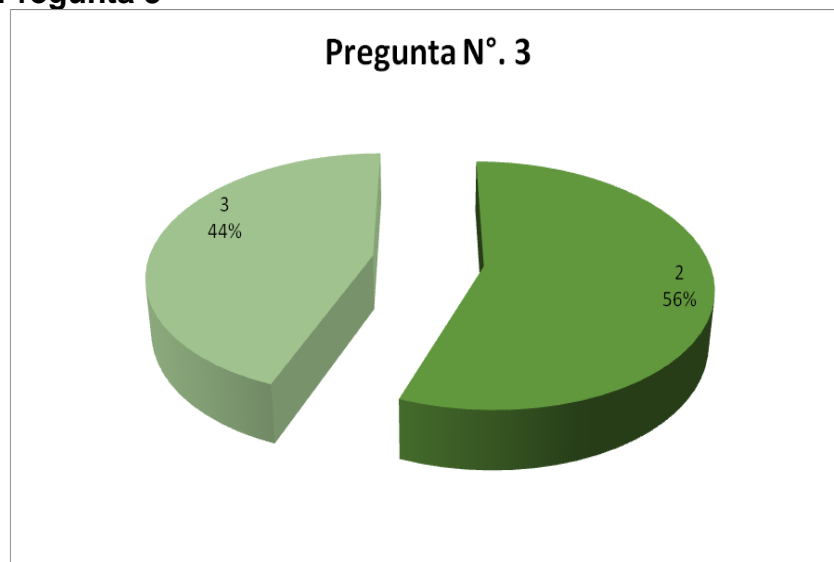
El porcentaje de participación en la encuesta fue parejo entre hombres y mujeres, mientras que los hombres representaron un 57% y las mujeres el 43% del total de la muestra poblacional.

Cuadro 59. Estrato

3. ESTRATO	
2	53
3	42

Fuente: Los Autores.

Gráfico 3. Pregunta 3



Fuente: Los Autores.

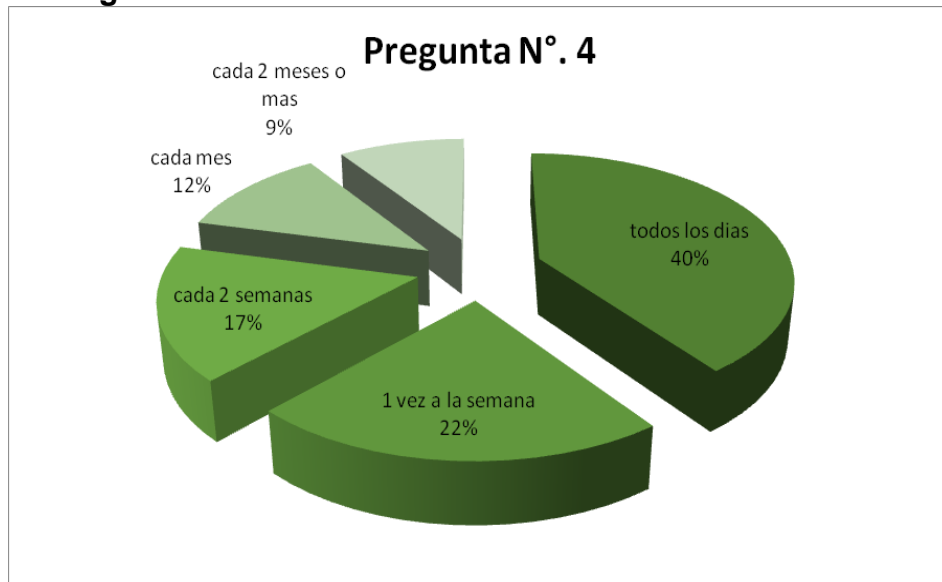
El estrato socioeconómico de mayor incidencia es el estrato 2 seguido del 3; lo que para el proyecto marca una pauta importante a la hora de establecer el valor del menú, ya que se pueden crear diferentes paquetes de acuerdo al poder adquisitivo de los posibles clientes.

Tabla 1. Frecuencia a Restaurante.

4. CON QUE FRECUENCIA VISITA USTED UN RESTAURANTE	
todos los días	38
una vez a la semana	21
cada 2 semanas	16
cada mes	11
cada 2 meses o mas	9

Fuente: Los Autores.

Gráfico 4. Pregunta 4.



Fuente: Los Autores.

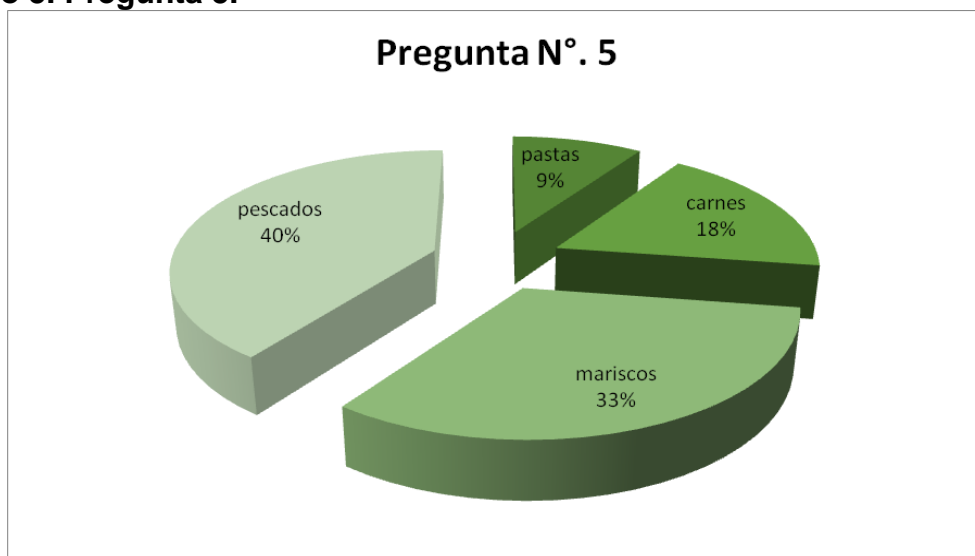
El 40% de la población visita un restaurante todos los días ya sea por su trabajo o por que no tiene tiempo, seguido de un 22% que lo visita 1 vez a la semana lo que sería un buen pronóstico para el restaurante porque de esa forma iniciaría la clientela.

Tabla 2. Tipo de Comidas que Consume.

5. QUE TIPO DE COMIDA PREFIERE	
pastas	9
carnes	17
mariscos	31
pescados	38

Fuente: Los Autores.

Gráfico 5. Pregunta 5.



Fuente: Los Autores.

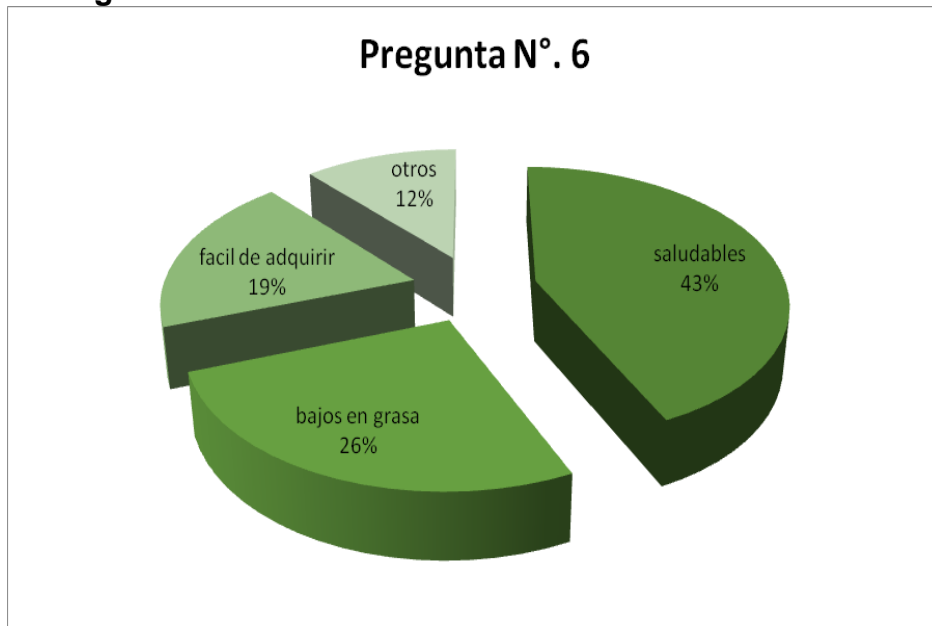
El 40% de la población prefiere consumir pescado porque es un alimento con alto contenido nutricional que es o que busca la población en estos momentos, seguido de un 33% de mariscos y un 18% de consumo de carne, cifras que benefician en un alto porcentaje al restaurante.

Tabla 3. Gustos o Intereses de Alimentación.

6. CUALES SON SUS GUSTOS O INTERESES EN LA ALIMENTACION	
saludables	41
bajos en grasa	25
facil de adquirir	18
otros	11

Fuente: Los Autores.

Gráfico 6. Pregunta 6.



Fuente: Los Autores.

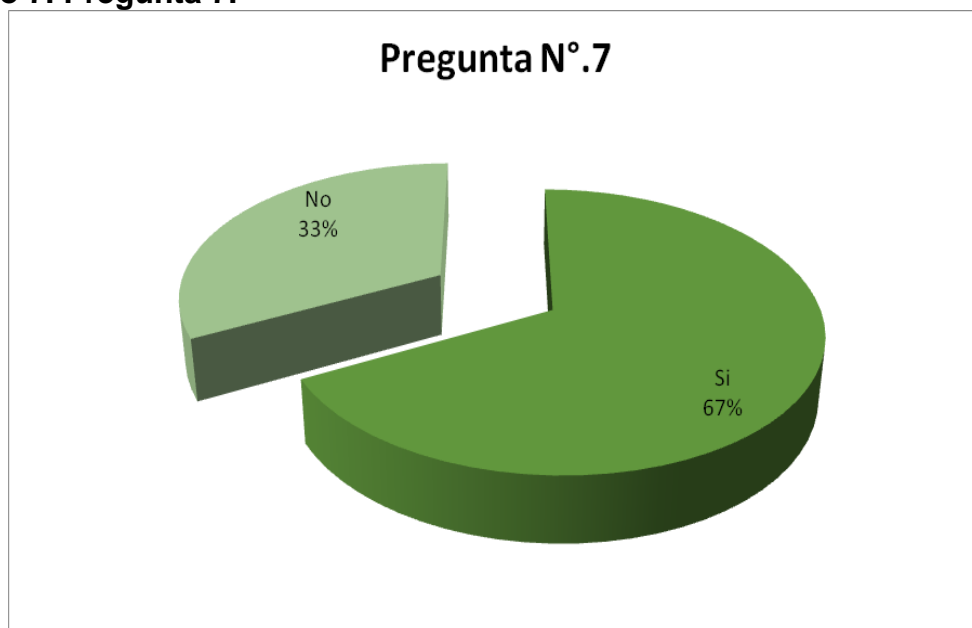
Un 43% de la población prefiere consumir alimentos saludables por sus propiedades y características, a pesar de su costo la salud y la nutrición esta primero que todo, seguido de un 26% en alimentos bajos en grasa que son consumidos por estética.

Tabla 4. Gusto por los Pescados.

7. LE GUSTAN LOS PESCADOS Y MARISCOS	
SI	64
NO	31

Fuente: Los Autores.

Gráfico 7. Pregunta 7.



Fuente: Los Autores.

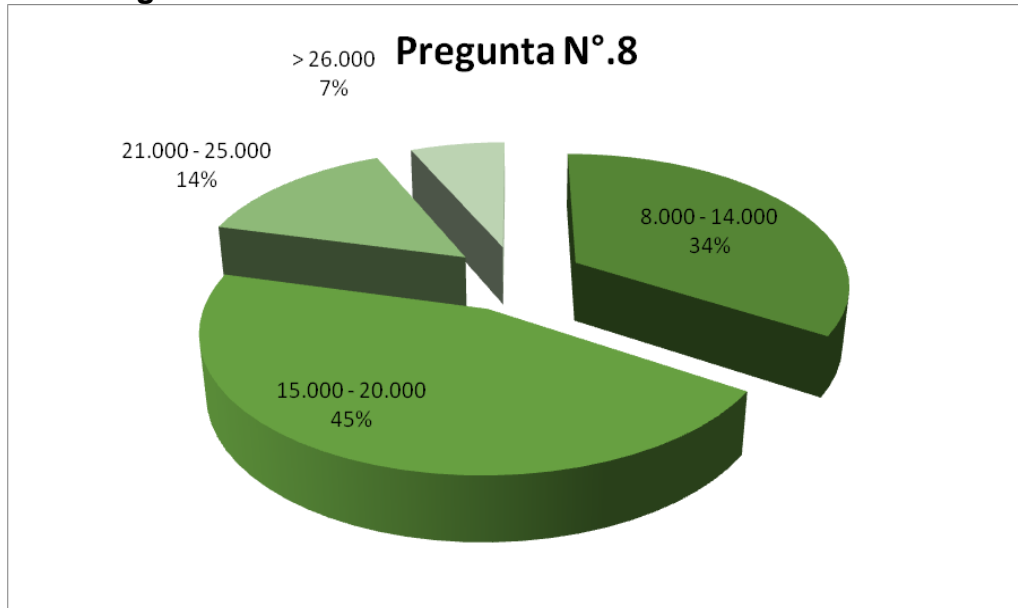
Los pescados y mariscos son productos con un alto contenido nutricional y un 67% lo demuestra, estos benefician al consumidor puesto que ayudan a bajar el colesterol, las grasas que perjudican al organismo, además de ser un excelente afrodisiaco.

Tabla 5. Cuanto Pagaría Por un Plato Principal.

8. CUANTO PAGARIA POR UN PLATO PRINCIPAL	
8.000 - 14.000	31
15.000 - 20.000	41
21.000 - 25.000	13
> 26.000	10

Fuente: Los Autores.

Gráfico 8. Pregunta 8.



Fuente: Los Autores.

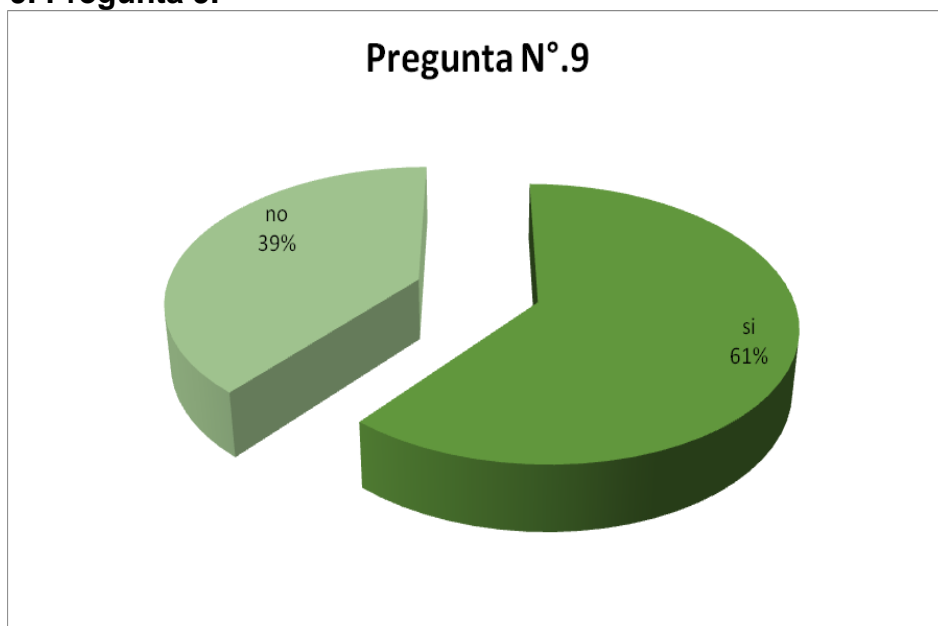
Un 45% de la población cancelarían entre \$15.000 y \$20.000 por un buen plato de comida, porque prefieren calidad a precios, seguido de un 34% que cancelarían por un plato de \$8.000 y \$14.000 igual se nota que en estos momentos la población no se fija en los precios sino en lo que se va a consumir.

Cuadro 60. Interés Por un Restaurante de Mariscos en Yumbo.

9. LE PARECE INTERESANTE QUE EN EL MUNICIPIO DE YUMBO SE PLASME UN PROYECTO QUE BUSQUE QUE LOS CLIENTES TENGAN UN SITIO DONDE CONSUMIR PESCADOS Y MARISCOS	
SI	58
NO	37

Fuente: Los Autores.

Gráfico 9. Pregunta 9.



Fuente: Los Autores.

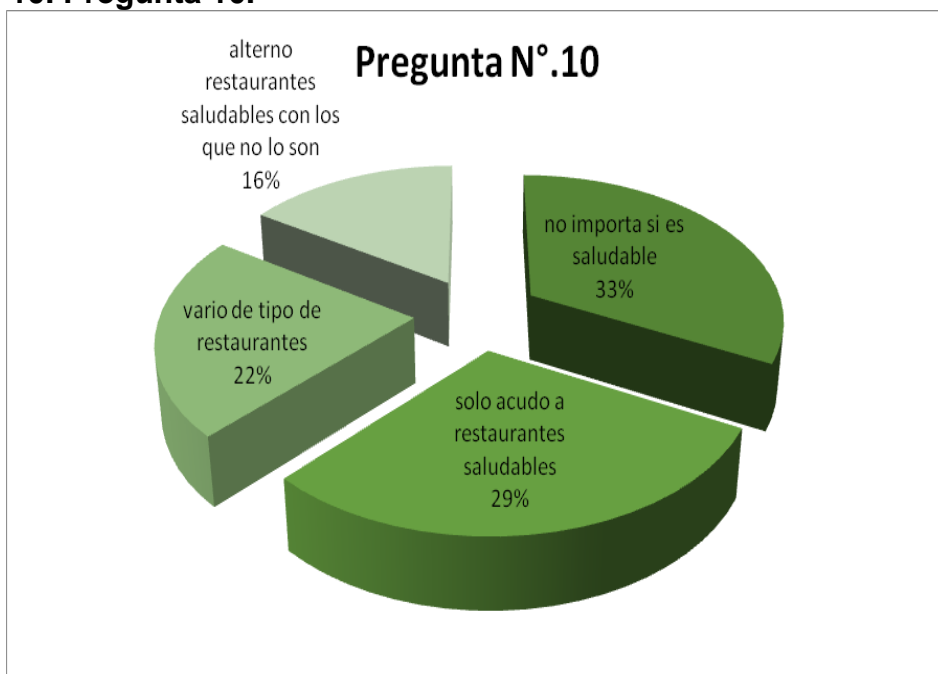
Un 61% de la población yumbena desea tener un sitio nuevo para variar en su alimentación, para así incluir alimentos nutricionales como son los pescados y marisco a su diario vivir.

Tabla 6. Importancia que usted le da a la Comida.

10. QUE IMPORTANCIA LE DA A QUE LA COMIDA QUE CONSUMA SEA SALUDABLE	
no importa si es saludable	31
solo acudo a restaurantes saludables	28
vario de tipo de restaurantes	21
alterno restaurantes saludables con los que no lo son	15

Fuente: Los Autores.

Gráfico 10. Pregunta 10.



Fuente: Los Autores.

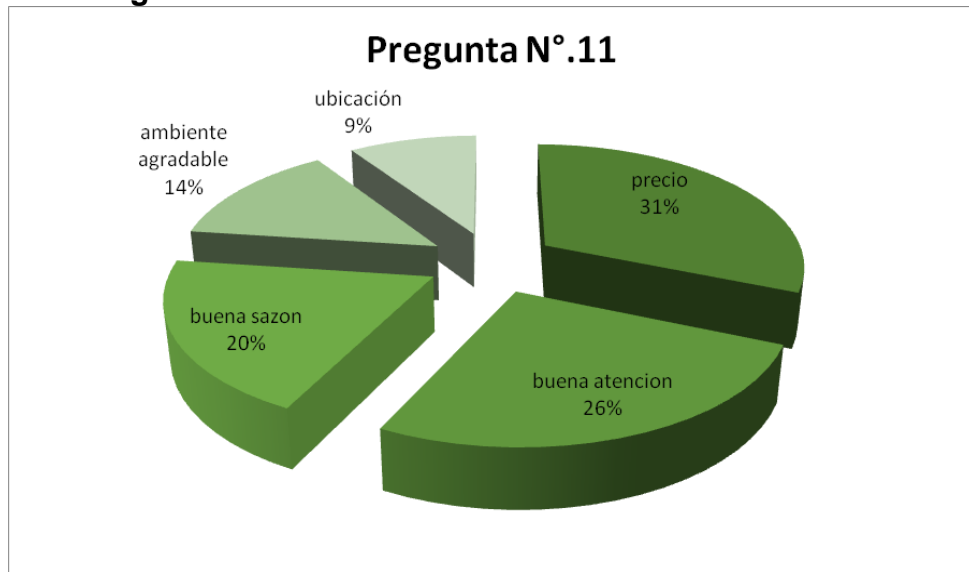
Un 33% de la población no mira si el restaurante al que asisten sirven alimentos saludables o no, solo van porque que está de moda el sitio, porque que les gusta los pescados y mariscos y por conocer nuevas experiencias en cuanto alimentos, seguido de un 29% que le gusta visitar restaurantes por sus alimentos en alto contenido nutricional e incluir platos que ayuden a su salud.

Tabla 7. Elementos que influyen en la Elección de un Restaurante.

11. QUE ELEMENTOS INFLUYEN EN LA ELECCION DE UN RESTAURANTE	
precio	30
buena atencion	25
buena sazon	18
ambiente agradable	13
ubicación	9

Fuente: Los Autores.

Gráfico 11. Pregunta 11.



Fuente: Los autores

Un 31% de la población visitan restaurantes basándose en el precio de sus alimentos, seguidos de una buena atención con el 26% lo que demuestra que la población busca por sobre todo economía y calidad en cuanto al servicio.