

**ESTUDIO DE VIABILIDAD, A NIVEL DE PREFACTIBILIDAD, PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TÍPICA PATOJA EN
EL SECTOR HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE POPAYÁN.**



**ANGIE VANESSA SÁNCHEZ VIDAL
ANYI LORENA RUIZ GARCÍA
JOSÉ REYMIR OJEDA OJEDA**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS
POPAYÁN
2016**

**ESTUDIO DE VIABILIDAD, A NIVEL DE PREFACTIBILIDAD, PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TÍPICA PATOJA EN
EL SECTOR HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE POPAYÁN.**

**ANGIE VANESSA SÁNCHEZ VIDAL
ANYI LORENA RUIZ GARCÍA
JOSÉ REYMIR OJEDA OJEDA**

**Proyecto de grado para optar al título de
Especialistas en Gerencia de Proyectos**

**Director:
JORGE ARBEY TOBAR DEJESÚS
Magíster en Administración**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS
POPAYÁN
2016**

DEDICATORIA

Dedico este logro a Dios, a mis padres y mi hermana quienes con su amor incondicional siempre me han apoyado en todas las decisiones que he tomado para progresar personal y profesionalmente. A mis amigos por estar siempre a mi lado brindándome su cariño y confianza.

Angie Vanessa Sánchez Vidal.

Este logro se lo dedico a Dios, a mis padres queridos Edgar Ruiz y Flor García, a mis estimados hermanos Alejandro Ruiz y Lucelly Ruiz, a mis bellos sobrinos Alejandro Moncayo y Manuel Ruiz, y a mi querido esposo Wildiman Muñoz, por haberme apoyado incondicionalmente en esta nueva etapa profesional.

Anyi Lorena Ruiz García.

Inicialmente deseo dedicarle este trabajo especial a todas las personas y mi familia que siempre creyeron en mi capacidad, capacidad que tenemos todos, es grato saber la fuerza y determinación que poseemos cuando queremos alcanzar algo. A Dios por ser siempre ese sentimiento de alegría, tranquilidad y serenidad en cada momento de mi vida, espero ser digno por tan valioso esfuerzo

Jose Reymir Ojeda Ojeda.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, a nuestras familias y amigos por acompañarnos en esta nueva etapa, y por su apoyo incondicional.

A las personas que nos ayudaron con sus conocimientos y nos apoyaron en la realización de este proyecto, como al magister Jorge Arbey Tobar Dejesús, quien nos orientó en este camino y nos brindó las herramientas necesarias para llevar a cabo este logro.

También a la Universidad por habernos ayudado en este proceso de formación y haber contribuido al enriquecimiento de nuestros conocimientos en el ámbito de los proyectos y en nuestro crecimiento profesional.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	18
CAPITULO I. GENERALIDADES DEL PROYECTO.....	20
1.1. Información general del proyecto	20
1.2. Antecedentes	20
1.3. Planteamiento del problema.....	21
1.4. Objetivos.....	21
1.4.1 Objetivo general	21
1.4.2 Objetivos específicos.....	22
1.5. Alcance	22
1.6. Información general de la ciudad de Popayán	22
1.6.1 Historia.....	23
1.6.2 Ubicación geográfica	24
1.6.3 Clima	25
1.6.4 Atractivos turísticos.....	26
1.7. Gastronomía típica patoja.....	27
1.8. Análisis de entornos.....	32
1.8.1 Entorno económico	32
1.8.2 Entorno Político Legal.....	32
1.8.3 Entorno Socio-cultural	33
1.8.4 Entorno Tecnológico.....	35
1.8.5 Entorno Ambiental.....	37
CAPITULO II. ESTUDIO DE MERCADO	41
2.1 SERVICIO	41
2.1.1 Descripción.....	41
2.1.2 Servicios iniciales a ofrecer	41
2.1.3 Servicios futuros	41
2.1.4 Marca	41
2.1.4.1 Nombre del Restaurante	42
2.1.4.2 Slogan	42

2.1.4.3	Logo.....	42
2.2	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	42
2.2.1	Mercado Objetivo	42
2.2.1.1	Descripción específica del mercado actual.....	43
2.2.1.2	Descripción específica del mercado futuro	46
2.2.2	Tamaño de la muestra.....	46
2.2.3	Modelo de la encuesta	48
2.2.4	Resultados y análisis de la encuesta	51
2.3	DEMANDA.....	68
	Tabla 8. Valor por plato.....	69
2.4	OFERTA	70
2.5	PROMOCIÓN	70
2.5.1	Aviso del restaurante	70
2.5.2	Tarjetas de presentación.....	71
2.5.3	Uniformes empleados.....	71
2.5.4	Diseño de la carta	72
2.5.5	Servilletas	72
2.6	PRECIO	73
2.7	DEFINICIÓN DEL NEGOCIO.....	73
2.8	OBJETIVOS	74
2.7.1	Objetivos de ventas.....	74
2.7.2	Objetivos de posicionamiento	74
2.7.3	Objetivos del producto.....	74
2.7.4	Objetivos de precios	74
2.7.5	Objetivos de distribución	74
2.7.6	Objetivos de comunicación.....	75
2.7.7	Objetivos de mercadeo.....	75
2.9	ESTRATEGIAS DE MERCADO	75
2.8.1	Estrategias de producto o servicio	75
2.8.2	Estrategias de precios	75

2.8.3	Estrategias de distribución.....	76
2.8.4	Estrategias de promoción	76
2.10	PRESUPUESTO DEL PLAN DE MERCADO.....	76
2.11	CONTROL Y EVALUACIÓN DEL PLAN DE MERCADO.....	77
2.12	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADOS	78
CAPITULO III. ESTUDIO TÉCNICO		79
3.1	TAMAÑO DEL PROYECTO	79
3.1.1	Variables determinantes del tamaño del Proyecto	79
3.1.1.1	Dimensión y características del mercado.....	79
3.1.1.2	Costos de inversión y operación.....	79
3.1.1.3	Tecnología.....	79
3.1.1.4	Disponibilidad de insumos y materia prima.....	80
3.1.1.5	Localización.....	80
3.1.1.6	Financiamiento del proyecto.....	80
3.1.2	Capacidad instalada	80
3.2	LOCALIZACIÓN	81
3.2.1	Macrolocalización.....	81
3.2.2	Microlocalización	82
3.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO	84
3.1.3	Producto.....	84
3.1.3.1	Variedades	85
3.1.3.2	Servicios	85
3.1.4	Procesos.....	85
3.1.5	Equipos	86
3.1.5.1	Equipos y utensilios de cocina	86
3.1.5.2	Equipos de oficina	89
3.1.5.3	Mobiliario de restaurante.....	90
3.1.6	Distribución de planta	90
3.1.6.1	Área y número de mesas	90
3.1.7	Selección de materia prima e insumos.....	91

3.1.8	Recursos humanos	95
3.1.8.1	Personal Técnico.....	95
3.1.8.2	Costos de nómina personal técnico	98
3.1.8.3	Ambiente y decoración.....	99
3.4	PROGRAMA PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	99
3.4.1	Actividades necesarias, estimación de tiempo y programación.	99
3.4.2	Gastos de la ejecución del Proyecto	101
3.4.2.1	Gastos preoperativos de la fase de preinversión.....	101
3.5	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TÉCNICO	103
CAPITULO IV. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.....		104
4.1	FASE DE PREINVERSIÓN	104
4.2	FASE DE INVERSIÓN	104
4.2.1	Constitución legal	104
4.2.1.1	Descripción de requisitos legales	105
4.2.1.2	Personal Administrativo.....	106
4.2.1.3	Costos de constitución legal.....	107
4.2.2	Estructura administrativa.....	107
4.2.3	Costo de nómina personal administrativo	108
4.3	FASE OPERACIONAL	108
4.3.1	Estructura Administrativa	108
4.3.1.1	Filosofía organizacional.....	108
4.3.1.1.1	Misión	108
4.3.1.1.2	Visión	109
4.3.1.1.3	Principios y Valores	109
4.3.2	Matriz DOFA	109
4.3.3	Costos de nómina total.....	111
4.3.4	Costos de muebles y equipo de oficina	111
4.4	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	113
CAPITULO V. ESTUDIO FINANCIERO		114
5.1	INVERSIONES EN EL PROYECTO	114

5.1.1	Inversiones Fijas.....	114
5.1.2	Gastos preoperativos.....	114
5.2	FINANCIACIÓN DEL PROYECTO.....	115
5.2.1	Programación De Los Aportes De Capital	115
5.2.2	Fuentes De Financiación	115
5.2.2.1	Aporte social	115
5.3	COSTOS DE OPERACION Y DE FINANCIACION.....	116
5.3.1	Costo De Venta	116
5.3.1.1	Materiales	116
5.3.1.2	Personal Técnico : Mano de Obra.....	118
5.3.1.3	Gastos Generales para la transformación y comercialización	120
5.3.1.4	Depreciación Muebles y Enseres	121
5.4	GASTOS OPERATIVOS.....	123
5.4.1	Gastos Administrativos.....	123
5.4.2	Depreciación Equipo de Oficina.....	125
5.5	PROYECCIONES FINANCIERAS	126
5.5.1	Ingreso por concepto de ventas.....	126
5.6	ESTADO DE RESULTADOS	126
5.7	CUADRO DE FUENTES Y USOS DE FONDO DE EFECTIVO O FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO.....	128
5.8	BALANCE GENERAL PROYECTADO.....	129
5.9	ANÁLISIS FINANCIERO.....	130
5.10	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	131
5.10.1	Cálculo del punto de equilibrio	131
5.10.1.1	Costo fijo.....	131
5.10.1.2	Precio de venta y costo variable	132
5.10.1.3	Punto de Equilibrio	132
CAPITULO VI. EVALUACIÓN FINANCIERA		134
6.1	FLUJO DE EFECTIVO NETO.....	134
6.2	BONDADES FINANCIERAS DEL PROYECTO.....	135
6.2.1	Valor Presente Neto (VPN).....	135

6.2.1.1	Significado financiero.....	135
6.2.2	Tasa Interna de Retorno (TIR)	136
6.2.2.1	Significado financiero.....	137
6.2.3	Relación Beneficio Costo (B/C).....	137
6.2.3.1	Significado financiero.....	137
6.2.4	Análisis de sensibilidad	137
6.2.4.1	Significado financiero.....	138
CAPITULO VII. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL		139
7.1	EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	139
7.1.1	Variables Socioeconómicas.....	139
7.1.1.1	Inflación.....	139
7.1.1.2	Tasa de Desempleo.....	139
7.1.1.3	Nivel de Ingresos.....	140
7.1.2	Distribución de los Beneficios Económicos.....	140
7.2	EVALUACIÓN SOCIAL	141
7.3	CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL	142
CAPITULO VIII. EVALUACIÓN AMBIENTAL.....		143
8.1	MEDIDAS DE MANEJO AMBIENTAL DEL RESTAURANTE.....	143
8.1.1	Manejo de almacenamiento de mobiliarios y equipos.....	143
8.1.1.1	Objetivos	143
8.1.1.2	Metas.....	143
8.1.1.3	Tipo de medida	144
8.1.1.4	Impactos a manejar.....	144
8.1.1.5	Descripción de las medidas de manejo	144
8.1.2	Manejo de residuos sólidos	144
8.1.2.1	Objetivos	144
8.1.2.2	Metas.....	144
8.1.2.3	Tipo de medida	145
8.1.2.4	Impactos a manejar.....	145
8.1.2.5	Descripción de las medidas de manejo	145

8.1.3	Manejo de aguas servidas	146
8.1.3.1	Objetivo	146
8.1.3.2	Meta.....	146
8.1.3.3	Tipo de medida	146
8.1.3.4	Impactos a manejar.....	146
8.1.3.5	Descripción de las medidas de manejo	146
8.1.4	Clasificación de residuos (Reciclaje por colores).....	147
8.1.4.1	Materia orgánica	147
8.1.4.2	Papel Cartón	147
8.1.4.3	Vidrio y Metal	147
8.1.4.4	Plástico.....	147
8.2	CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN AMBIENTAL	148
CAPITULO IX. CONCLUSIONES GENERALES		149
X. BIBLIOGRAFÍA		151

LISTA DE TABLAS

CAPITULO I. GENERALIDADES DEL PROYECTO

Tabla 1. Tabla climatológica de Popayán..... **¡Error! Marcador no definido.**9

CAPITULO II. ESTUDIO DE MERCADO

Tabla 2. Gastos de los colombianos..... 38

Tabla 3. Actividades Económicas de las Microempresas Informales..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 4. Ficha Técnica.....41

Tabla 5. Cálculo de demanda: Restaurante "CASA PAYANESA".....62

Tabla 6. Visitas por año..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 7. Personas por año..... 63

Tabla 8. Valor por plato..... 63

Tabla 9. Valor a consumir..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 10. Valor por plato..... 67

Tabla 11. Presupuesto Plan de Mercado..... 70

CAPITULO III. ESTUDIO TÉCNICO

Tabla 12. Capacidad del restaurante..... 75

Tabla 13. Método de Localización por Puntos Ponderados.....77

Tabla 14. Calificación ponderada para localización óptima del proyecto..... 78

Tabla 15. Equipos para el proceso de preparación de los platos..... 80

Tabla 16. Equipos para oficina..... 83

Tabla 17. Mobiliario de restaurante.....84

Tabla 18. Sancocho para 50 personas..... 88

Tabla 19. Presupuesto personal técnico..... 92

Tabla 20. Prestaciones sociales presupuesto personal técnico.....	92
Tabla 21. Cronograma de actividades.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 22. Gastos preoperativos de la fase de preinversión.....	95
CAPITULO IV. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	
Tabla 23. Presupuesto personal administrativo.....	102
Tabla 24. Prestaciones sociales presupuesto personal administrativo.....	¡Error! Marcador no definido.02
Tabla 25. Presupuesto mano de obra directa total.....	¡Error! Marcador no definido.05
Tabla 26. Prestaciones sociales mano de obra directa total.....	¡Error! Marcador no definido.05
Tabla 27. Costos totales equipos, utensilios, muebles y enseres del restaurante.....	¡Error! Marcador no definido.06
CAPITULO V. ESTUDIO FINANCIERO	
Tabla 28. Inversiones Fijas.....	108
Tabla 29. Gastos Preoperativos.....	108
Tabla 30. Aportes socios.....	109 ¡Error! Marcador no definido.
Tabla 31. Cálculo costos materiales.....	116
Tabla 32. Cálculo número de almuerzos, cenas y entradas que se venderían.....	117
Tabla 33. Proyección de costos.....	117
Tabla 34. Presupuesto Mano de Obra Directa.....	118
Tabla 35. Prestaciones sociales mano de obra directa al año	118
Tabla 36. Proyección salarios y prestaciones sociales mano de obra directa.....	119
Tabla 37. Dotación mano de obra directa.....	119
Tabla 38. Gastos generales para la transformación y comercialización.....	120

Tabla 39. Depreciación muebles y enseres.....	121
Tabla 40. Prestaciones sociales nómina administrativa al año.....	123
Tabla 41. Proyección salarios y prestaciones sociales nómina administrativa.....	123
Tabla 42. Dotación nómina administrativa.....	124
Tabla 43. Proyección gastos de administración.....	124
Tabla 44. Depreciación equipo de oficina.....	125
Tabla 45. Ingresos por concepto de ventas.....	126
Tabla 46. Estado de Resultados.....	126
Tabla 47. Fuentes y usos de fondo de efectivo o flujo de caja del proyecto.....	128
Tabla 48. Balance General del proyecto.....	¡Error! Marcador no definido.28
Tabla 49. Análisis Financiero.....	¡Error! Marcador no definido.30
Tabla 50. Costos Fijos Año.....	131
Tabla 51. Precio de venta y costo variable.....	¡Error! Marcador no definido.32
Tabla 52. Punto de Equilibrio.....	¡Error! Marcador no definido.32
CAPITULO VI. EVALUACIÓN FINANCIERA	
Tabla 53. Flujo de Efectivo Neto.....	134
Tabla 54. Trema sin Financiación.....	¡Error! Marcador no definido.35
Tabla 55. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	136
Tabla 56. Relación Beneficio Costo (B/C).....	137
Tabla 57. Análisis de Sensibilidad.....	138

LISTA DE GRÁFICOS

CAPITULO II. ESTUDIO DE MERCADO

Gráfico 1. Estrato socioeconómico	45
Gráfico 2. Consumo platos típicos.....	45
Gráfico 3. Comida patoja.....	46
Gráfico 4. Comida de otros departamentos.....	¡Error! Marcador no definido.6
Gráfico 5. Comida de otros países.....	¡Error! Marcador no definido.7
Gráfico 6. Comidas rápidas.....	¡Error! Marcador no definido.7
Gráfico 7. Otras comidas.....	48

Gráfico 8. Aceptación del restaurante.....	48
Gráfico 9. Frecuencia de consumo.....	¡Error! Marcador no definido.9
Gráfico 10. Acompañantes.....	50
Gráfico 11. Preferencia platos livianos.....	51
Gráfico 12. Preferencia platos fuertes.....	52
Gráfico 13. Visita a restaurantes.....	53¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 14. Restaurantes frecuentados.....	54
Gráfico 15. Razón de frecuencia a restaurante.....	55
Gráfico 16. Servicios adicionales.....	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 17. Características importantes.....	57
Gráfico 18. Otras características importantes.....	58
Gráfico 19. Precio plato.....	58
Gráfico 20. Presupuesto cliente.....	59
Gráfico 21. Publicidad.....	60
Gráfico 22. Ubicación del restaurante.....	60

CAPITULO V. ESTUDIO FINANCIERO

Gráfico 23. Punto de Equilibrio.....	¡Error! Marcador no definido.27
--------------------------------------	---------------------------------

CAPITULO VII. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL

Gráfico 24. Tasa de desempleo por sexo. Popayán y Cauca. 2008 - 2012.....	134
---	-----

LISTA DE FIGURAS

CAPITULO II. ESTUDIO DE MERCADO

Figura 1. Logo del restaurante..... **¡Error! Marcador no definido.**36

Figura 2. Aviso del restaurante.....	64
Figura 3. Tarjetas de presentación.....	¡Error! Marcador no definido.5
Figura 4. Uniformes empleados.....	65
Figura 5. Diseño de la carta.....	¡Error! Marcador no definido.6
Figura 6. Servilletas.....	66
CAPITULO III. ESTUDIO TÈCNICO	
Figura 7. Localización de Popayán.....	76
Figura 8. Proceso 1: Atención al cliente.....	79
Figura 9. Proceso 2: Preparación del plato.....	80
Figura 10. Diseño de la planta.....	¡Error! Marcador no definido.
CAPITULO IV. ESTUDIO TÉCNICO	
Figura 11. Estructura administrativa.....	¡Error! Marcador no definido.01

INTRODUCCIÓN

Con el devenir del tiempo la ciudad de Popayán se ha convertido en uno de los lugares predilectos de los turistas, no solo por su atractivo turístico; teniendo en cuenta su principal motivo que es la celebración de la Semana Santa, la arquitectura de sus iglesias, el estilo colonial de sus calles y casas, sus museos y casas que pertenecieron a grandes próceres de la historia sino también por considerarse llamativa debido a que se ha convertido en una ciudad gastronómica, en la cual en sus festivales se encuentra diversidad de platos nacionales e internacionales sobresaltando en gran manera la riqueza de nuestra gastronomía local.

Es por esto que muchos restaurantes se han erigido en la Ciudad Blanca debido a la demanda que ha ido incrementando con el paso de los años, sin embargo no existe un restaurante o un lugar que reúna todas las exquisiteces de nuestra región que logre alcanzar un nivel de atracción alto especialmente a los habitantes de Popayán así como también a las personas que vienen a visitarla, por tal motivo el presente proyecto busca dar viabilidad para la implementación de un restaurante que ofrezca comida típica patoja en el sector histórico de la ciudad de Popayán, realizando los respectivos estudios de prefactibilidad tales como el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio administrativo, el estudio financiero, la evaluación financiera, la evaluación económica, social y ambiental.

En el primer capítulo se presentan las Generalidades del Proyecto, mostrando así la información acerca de la idea principal junto con su alcance y objetivos, así como también la información general, historia y sitios emblemáticos de la ciudad de Popayán.

El segundo capítulo consiste en el Estudio de Mercado del Proyecto, se realiza con el fin de obtener toda la información necesaria para conocer las preferencias y gustos de las personas a quien va dirigido nuestro plan de negocios.

Continuando con un tercer capítulo en el cual se expone el Estudio Técnico del Proyecto para identificar las variables que determinan el tamaño de este, su localización, distribución y los procesos requeridos para llevar a cabo un servicio de excelente calidad.

El capítulo cuarto describe el Estudio Administrativo y Legal del Proyecto, en donde se especifican la constitución legal del tipo de empresa que se pretende crear, su estructura administrativa, filosofía organizacional y la nómina de empleados que se requiere para la ejecución del proyecto.

En el quinto capítulo se precisa el Estudio Financiero del Proyecto, el cual presenta los presupuestos para la inversión total de este, cuantificando los activos requeridos para la puesta en marcha del restaurante.

Posteriormente se encuentra el capítulo sexto denominado Evaluación Financiera del Proyecto, el cual se sustenta con los ingresos, gastos y su diferencia que se representa en el flujo de caja, además se realiza un análisis económico del proyecto en donde se determina el VPN, TIR, Beneficio/Costo lo cual permitirá saber si el proyecto es rentable para su ejecución.

El capítulo séptimo consiste en la Evaluación Económica y Social del Proyecto en el cual se describe el impacto económico y social de la puesta en marcha del restaurante, mostrando los beneficios de este para la región especialmente para la ciudad de Popayán.

En el capítulo octavo se presenta la Evaluación Ambiental del Proyecto. En este capítulo se identifica los principales impactos y efectos ambientales que tendría la implementación del restaurante; y se definen algunas estrategias de manejo ambiental para contrarrestar los aspectos negativos que llegase a producir la ejecución de este proyecto.

Por último se tiene en el capítulo noveno las Conclusiones Generales del Proyecto, en donde se resumen los principales aspectos que resultan en cada uno de los temas que se mencionaron anteriormente.

CAPITULO I. GENERALIDADES DEL PROYECTO

1.1. Información general del proyecto

El presente proyecto tiene como finalidad el estudio de viabilidad, a nivel de prefactibilidad, para la implementación de un restaurante de comida típica patoja en el sector histórico de la ciudad de Popayán. Se escogió este sector por ser un lugar de gran atracción turística tanto para turistas nacionales, extranjeros y habitantes de la ciudad, que van a visitarlo por el sin número de atractivos arquitectónicos que posee, además de degustar las comidas típicas de la ciudad. El restaurante “Casa Payanesa”, será uno de los mejores restaurantes, con innovaciones, diferente a los otros restaurantes que están en este sector, este establecimiento dará a conocer las diferentes delicias culinarias con las que cuenta la cocina patoja.

1.2. Antecedentes

Los platos típicos de la ciudad de Popayán también son un legado de la interacción cultural española e indígena, integrando componentes propios de la región y frutos traídos de España.

En Popayán se encontró que son muchas personas en la ciudad, que mediante la preparación de comida típica, obtienen los recursos para subsistir y muchos de ellos tienen años en este negocio, pues resulta atractivo a turistas y propios de Popayán.

Las toldas, casetas y restaurantes se toman los espacios de la ciudad, para brindar diversidad de platos que son el deleite de muchos, además de ser los centros de reunión de la familia y amigos que desean pasar un rato agradable.

Algunas de las comidas típicas son:

El sancocho de gallina, la sopa de tortilla, la sopa de carantanta y la sopa de envueltos, que podemos encontrar en restaurantes o especialmente en las veredas del municipio de Popayán.

La carne molida, el tripaso, los tamales y las empanadas de pipían, son algunas de las tradiciones de las que los payaneses gustan en negocios o toldas. Las casetas son el escenario ideal para vender cucas y manjar blanco. En Popayán se destaca el plato de nochebuena o plato navideño, que por su contenido es el más completo de Colombia, compuesto por hojaldras, rosquillas, dulce blanco, manjarillo, dulce cortado, desamargados, entre otros.

Es así como ésta ciudad multifacética no tiene por qué quejarse en lo que a comidas típicas se refiere, pues los lugares abundan y la gente seguirá visitando y disfrutando de las delicias que ofrece esta ciudad cultural.

Es así como en el año 2003 Popayán se convierte en el primer y único lugar de Latinoamérica en haber sido declarado Ciudad de la Gastronomía de la Unesco, gracias a la oferta de su cocina local.

1.3. Planteamiento del problema

El proyecto se ha elaborado teniendo en cuenta la necesidad de ofrecerle a propios y visitantes una excelente propuesta gastronómica local, que cumpla con todas las expectativas de los consumidores; por lo tanto la propuesta de negocio del proyecto es la implementación de un restaurante de comida típica, la cual pretende satisfacer el paladar tanto de turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad, como de las personas que residen en la ciudad y visitan el sector histórico.

Los establecimientos de este tipo son muy pocos y no cuentan con la variedad y calidad de platos esperada por los clientes, por tal razón se piensa que es un proyecto viable que puede llegar a generar grandes rentabilidades a los socios.

Teniendo en cuenta el flujo de personas que visitan el sector histórico de la ciudad de Popayán, se identificó la viabilidad de implementar un restaurante de comida típica en este sector, que ofrezca una variedad de platos.

Popayán es una ciudad cuya población es de 250.043 habitantes, de los cuales el 54% corresponden a los estratos 3, 4 y 5, que sería el mercado objetivo del proyecto, por lo que se asume que se pueda llegar a alcanzar una alta demanda en el servicio

El proyecto está orientado a brindar un servicio de calidad en un ambiente cómodo y agradable, aprovechando la riqueza gastronómica local y el atractivo turístico de la ciudad, además de generar desarrollo social y económico a la ciudad.

1.4. Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Realizar un estudio de viabilidad, a nivel de prefactibilidad, para la implementación de un restaurante de comida típica patoja en el sector histórico de la ciudad de Popayán, mediante el uso de técnicas de investigación de mercados que permitan evaluar los resultados y tomar decisiones adecuadas.

1.4.2 Objetivos específicos

- ✚ Aplicar los conocimientos adquiridos en la especialización de Gerencia de Proyectos.
- ✚ Realizar un estudio de mercado para conocer la oferta y la demanda del negocio, así como los gustos y preferencias de los clientes.
- ✚ Diseñar un plan de mercado que permita posicionar el establecimiento mediante una buena estrategia de publicidad.
- ✚ Llevar a cabo un estudio técnico que proporcione los requerimientos más adecuados para el diseño y operación del proyecto.
- ✚ Estructurar administrativa y legalmente el restaurante.
- ✚ Determinar la viabilidad financiera del restaurante.

1.5. Alcance

El presente proyecto se implementará en la provincia de Pichincha, parroquia San Antonio de Pichincha al Noroccidente de Quito. El tiempo estimado para la preparación del proyecto fue de 9 meses, tiempo en el cual se elaboran los diferentes estudios para conocer si es factible la implementación del negocio en el sector de la Mitad del Mundo.

1.6. Información general de la ciudad de Popayán

Popayán, capital del Departamento del Cauca, fue fundada el 13 de enero de 1537 por el Adelantado Español Don Sebastián Moyano de Belalcázar quien tenía "La más recia envoltura que cupo en suerte jamás a macho alguno".

Está situada a una altura de 1.738 metros sobre el nivel del mar, con una temperatura promedio de 19 grados centígrados. Es una de las ciudades más tradicionales de Colombia.

Ciudad única por su estructura urbana y por su entorno eglógico. Esta bella ciudad ha dado a Colombia y al mundo sabios como Francisco José de Caldas: Jurisconsulto de América, como Camilo Torres y Tenorio, poetas ecuménicos como Guillermo Valencia, escultores universales como Edgar Negret, juristas, hombres de estado, pintores, matemáticos, Oficiales Generales y de Insignia, Mitrados que le hicieron honor a la Iglesia Mundial de Roma, y 13 presidentes de

la Republica de Colombia en 17 periodos. Tiene un pueblo valeroso y constante que no se arredra ante la contienda o ante la adversa fortuna, y lucha denodadamente por superar su propio destino.

De generación en generación "ama el reflejo de las joyas, y de los estoques, el esplendor de los espejos, la susurrante fragilidad de los abanicos, la tibia molicie de la seda, todas las apariencias del lujo, todas las languideces de la gracia, todas las exigencias de la heráldica, por eso se dan artesanos con brotes aristocráticos y campesinos con alma versallesca. Es la universidad de Popayán", que ahora, acompasada del ritmo de nuestro tiempo, vive de la educación y la cultura a través de Colegios y Universidades de proyección nacional, porque en el siglo XXI, es la Ciudad del Conocimiento.

1.6.1 Historia

La ciudad de Popayán (del maya Pop, o gran señor y Payán, nombre del Cacique de la región) fue fundada en 1587 por Juan de Ampudia según instrucciones de don Sebastián de Belalcázar cuyo propósito era el de fundar una ciudad en el lugar equidistante del Valle del Río Cauca, de los mares del Sur, del Caribe y del reino del Perú, que fuera la sede de sus dominios.

Los primeros años de la ciudad se caracterizan como los de las otras ciudades de la región por el constante asedio por parte de los indígenas nativos que intentaban recuperar su territorio. Sin embargo, en la medida en que otros conquistadores y otras tropas iban llegando a la ciudad, los indígenas se iban viendo cada vez más desplazados, hasta que a finales del siglo XVII se entró en una etapa llamada de "pacificación".

Quizás el sino fatal que ha pesado con más fuerza en la historia de la ciudad ha sido el de los terremotos. En efecto, en 1564 se registra el primer sismo que conmovió la región y destrozó todo aquello que se había construido hasta entonces, con excepción del Templo de La Ermita. Luego de esta primera catástrofe natural, se registra un importante impulso: aparecen los primeros conventos, se reconstruye la catedral con teja y ladrillo, al tiempo que se descubren los primeros yacimientos minerales que serán la base de la economía de la región.

Con la llegada de los encomenderos y sus indios de repartimiento se comenzaron a explotar las minas de Almaguer, Guachicono, Puracé, Caloto, Timbiquí y Chocó. Es por entonces cuando, ante la insuficiencia de la mano de obra, en 1592, don Francisco Auncibay solicita a la Corona la importación de esclavos aptos para soportar los climas que los indígenas no toleraban; si bien la corte real prohibía la esclavitud en América, los traficantes de esclavos europeos no tardaron en llegar con inmensos cargamentos de negros del África.

Popayán se convirtió por entonces en sede del comercio del oro de la región. En ella se establecieron las Arcas Reales para tasarlo y en 1626 se construyó el camino de Guanacas con el fin de evitar los asaltos que sucedían a lo largo de los caminos prehispánicos. A partir de entonces la ciudad se afianzó no solamente como sede política colonial de la gobernación sino como centro mercantil de comercio exterior, abastecedor de productos para el valle del Cauca, Chocó, Pasto y Quito inclusive.

En 1736 Popayán se sacude con el segundo terremoto de su historia, tanto o más violento que el de 1564. Averiadadas subsistieron algunas de las más sólidas construcciones, entre las cuales nuevamente el templo de la Ermita, la Torre del Reloj, el Seminario de la Compañía y parte de los monasterios. La reconstrucción, financiada por las familias más adineradas de la ciudad, duró hasta finales del siglo.

Luego de librar la batalla de Boyacá, el libertador se instalaría en la hacienda de Japio y Popayán se convertiría en sede de las milicias que seguían combatiendo al ejército que retrocedía hacia el Sur. La independencia de Ecuador, Perú y Bolivia, se constituiría entonces en el mayor desangre económico y humano que hubiera sufrido Popayán a lo largo de su historia.

A finales del siglo XIX el tráfico de comercio por el Río Magdalena y el Camino de Guanacas se desplazó a Panamá, Buenaventura y Cali, perdiendo Popayán su calidad de centro de distribución mercantil, así como su hegemonía sobre el territorio que integraba el Gran Cauca.

Ya en el siglo XX, la ciudad se vio afectada por la suspensión de los ferrocarriles en la década de los 80, por la conmoción de la industria bancaria y particularmente por la aparición en las cordilleras de grupos subversivos que aún permanecen en ellas. Finalmente, el terremoto que sacudió a la ciudad en 1983 volvió a causar estragos. Nuevamente reconstruida, hoy la ciudad, reconocida por las festividades y procesiones que recorren sus calles en época de Semana Santa, es uno de los principales centros turísticos del país.

1.6.2 Ubicación geográfica

Popayán es la capital del Departamento del Cauca en la República de Colombia, se encuentra a una altitud de 1.738 metros sobre el nivel del mar, msnm, con una temperatura media de 19° C, se localiza a los 2°27' norte y 76°37'18" de longitud oeste del meridiano de Greenwich.

La extensión territorial es de 512 km². Debido a que cuenta con una altura de 1.737 msnm (medidos en la plazuela de la iglesia de San Francisco) y muy cerca al Ecuador tiene una temperatura media de 18 ° a 19 °C durante todo el año, alcanzando temperaturas máximas en los meses de julio, agosto y septiembre en

horas del mediodía, hasta 29 °C y mínimas de 10 °C en horas de la madrugada en verano.

La ciudad tiene como principales fuentes hídricas los ríos Blanco, Ejido, Molino, Las Piedras, Cauca, Negro, Mota, PISOJÉ, Clarete, Saté y Hondo, de los que de cuatro de estas abastece su acueducto municipal para llevar agua potable a casi la totalidad de su población.

Por su ubicación sobre la Falla de Romeral que atraviesa el país de sur a norte en la zona andina, tiene una alta actividad sísmica que ha dado lugar a varios terremotos a lo largo de su historia, el más reciente sucedió en la mañana del Jueves Santo del 31 de marzo de 1983.

En su zona urbana cuenta con diferentes elevaciones de tierra en donde las máximas son los cerros de San Rafael Alto, Canelo, Puzná, Santa Teresa, Tres Tulpas y La Tetilla, siendo Puzná el más alto con 3.000 msnm.

Popayán limita al oriente con los municipios de Totoró, Puracé y el Departamento del Huila; al occidente con los municipios de El Tambo y Timbío; al norte con Cajibío y Totoró y al sur con los municipios de Sotaró y Puracé. La mayor extensión de su suelo corresponde a los pisos térmicos templado y frío.

1.6.3 Clima

La ciudad por su ubicación disfruta de los pisos térmicos y debido a esto su clima es templado. En el año 2015 debido al fenómeno del calentamiento global alcanzó los 36°C el 28 de septiembre del 2015, tal como se observa en la siguiente tabla:

Tabla 1. Tabla climatológica de Popayán

Temperatura (°C).												
Mes	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Mínima promedio	11,9	12,7	13,5	13,8	14,0	13,0	12,1	12,1	12,4	13,4	13,4	12,6
Promedio	18,8	19,0	18,9	18,9	18,8	19,0	19,2	19,4	19,2	19,0	18,6	18,4
Máxima promedio	24,2	24,4	24,6	24,4	24,3	24,6	25,0	25,2	36,2	24,2	24,0	24,0
Humedad relativa (%).	80	79	79	80	80	77	71	69	74	80	82	82
Datos medidos en: <u>Aeropuerto Guillermo León Valencia</u> IDEAM				Promedios anuales		Temperatura						
						Min	Med	Max	Total	Humedad		
						°C	°C	°C	mm	%		

		13,2	19,0	36,2	1941	77,75
--	--	------	------	------	------	-------

1.6.4 Atractivos turísticos

Santuario de Belén

Dicen las crónicas que antiguamente se hacía en Belén la Novena de Aguinaldo y la misa del Gallo, pero que el obispo Ángel Velarde, “por razones de moral” prohibió estas dos funciones en 1800. Desde entonces, para las misas de aguinaldo “se baja la Virgen” y se hace la “subida de la Virgen” el 25 de diciembre.

Catedral Basílica Nuestra Señora de la Asunción

El día 30 de mayo de 1819 se colocó la primera piedra por el obispo Padilla y se enterró la placa correspondiente. La obra se interrumpió a raíz de la batalla de Boyacá y la disminución de las rentas de la iglesia, permaneciendo interrumpida desde 1819 hasta 1856 año en que el ilustrísimo doctor Pedro Antonio Torres, de gratísima recordación y a base de limosnas y con la importante colaboración del señor José María Mosquera, la reinició.

Templo de la Encarnación o de las Monjas

Como en todos los templos coloniales. Su historia está íntimamente ligada a la de los conventos anexos. El primer templo construido por las religiosas era de teja pero solamente duró hasta el terremoto de 1736 que lo destruyó. Aprovechando la venida del arquitecto alemán, padre Simón Shenherr traído para la reconstrucción de la iglesia de La Compañía, fue encargado también de la reconstrucción de La Encarnación.

Iglesia de la Ermita

Es una de las más antiguas de la ciudad muy seguramente del siglo XVII (1612), aunque algunos aseguran que se construyó en 1585 para reemplazar a la primera iglesia que construyeron los fundadores. Construida de tapiales de tierra pisada. Al parecer la calle fue abierta cuando ya estaba construida la iglesia, quedando casi al frente y sobre la falda de una elevación que domina a la ciudad, denominada "Loma de Cartagena" hoy completamente urbanizada.

Templo de San Agustín

Entre las iglesias de Santo Domingo y la de San Agustín existe una gran afinidad, mucho mayor en los primeros tiempos, ambas tienen capillas laterales con techumbre sobre vigas de madera en pendiente, muros monumentales cuadrados, de ladrillo; la nave central también con vigas expuestas. Lamentablemente a San Agustín le hicieron reformas posteriores no afortunadas que le hicieron perder su severidad, la que conserva mucho mejor Santo Domingo a pesar de haber sufrido también algunas modificaciones.

Templo de San Francisco

La primera iglesia de San Francisco cuya fecha de Construcción no es muy segura, fue destruida con el terremoto de 1736. La construcción de la segunda iglesia se comenzó en 1765, aunque los historiadores de la primera mitad de este siglo XX, afirman que fue en 1775.

Templo de la Compañía o San José

El terremoto del 2 de febrero de 1736 arruino la primera iglesia de la Compañía de Jesús en esta ciudad. Los Jesuitas, en pleno apogeo en esa época quisieron reemplazar su primitiva iglesia por un magnifico templo pues disponían de los fondos suficientes para hacerlo.

Trajeron al lego profeso de la compañía arquitecto alemán Simón Shenherr, pero ya encontró plantados los cimientos de la nueva iglesia de una construcción muy sólida y costosa y sobre los cuales levantó la iglesia de orden jónico y que es el templo que tuvimos hasta el terremoto del 31 de marzo de 1983.

Templo de Santo Domingo

El primer convento que hubo en la ciudad (1552 fue el de los Dominicos). El templo fue construido de tapia y cubierto de paja. El terremoto dcl 2 de febrero de 1736 lo arruinó, lo mismo que el convento. La familia Arboleda se hizo cargo de la construcción, a elevados costos.

La reconstrucción la dirigió el maestro santafereño Gregorio Causi, traído por la marquesa de San Miguel de la Vega para la edificación del templo y convento de El Carmen. Al mismo maestro se le confió la reconstrucción de San Agustín derruido también por el terremoto de 1736.

Otros Atractivos

La Casa Caldas, el Museo Martínez, la Casa Valencia, la Casa Mosquera.

El Puente del Humilladero, la Torre del Reloj, el Morro de Tulcán y el Hotel Monasterio, que funciona en lo que fue el antiguo monasterio franciscano. En los campos circundantes habita la comunidad de indígenas Guambianos.

También está el Parque Nacional Natural de Puracé, que ocupa una superficie de 83.000 hectáreas en donde abundan lagunas, cascadas, volcanes, nevados y fuentes termales. A 70 kilómetros al oriente se encuentra el Volcán Puracé.

1.7. Gastronomía típica patoja

Popayán es el único lugar de Latinoamérica en haber sido declarado Ciudad de la Gastronomía de la Unesco, gracias a la oferta de su cocina local. Desde el año 2004 se realiza anualmente en el mes de agosto el Festival Gastronómico

Internacional de Popayán. En cada edición cuenta con un país invitado y una nómina de conferencistas destacados entre los que sobresalen algunos de los más afamados chefs del mundo entero.

Los platos típicos de la ciudad son un legado de la interacción cultural española e indígena, integrando componentes propios de la región con frutos traídos de España.

- ✚ **Carantanta:** es un tipo de pasaboca frito que resulta del pegado que deja en la paila el proceso de elaboración de la masa de maíz con la que se hacen las tortillas.
- ✚ **Sopas:** Caldo batido, sancocho de gallina, sopa de tortilla, sango, sopa de carantanta, sopa de envueltos, sopa de legumbres, de hortalizas y masitas.
- ✚ **Platos:** tamales de pipián, empanadas de pipián, Ternero, tripaso de maní, papas chorreadas con guiso de maní.
- ✚ **Vegetales:** Papitas de huerta fría, ullucos, envueltos de maíz.
- ✚ **Salsas y aderezos:** ají pique, ají de maní, ají de piña, salsa crema.
- ✚ **Pasteles:** pastel de tortilla, pastel de arracacha, torta blanca, torta de banano.
- ✚ **Amasijos:** cucas, envueltos de choclo, molletes, pambazos, rosquillas, hojaldras, gelatinas de pata.

Se destaca en Popayán el plato de nochebuena o plato navideño, que por su contenido es el más completo de Colombia, compuesto por hojaldras, rosquillas, dulce blanco, manjarillo, dulce cortado, desamargados, entre otros.

El pipián.

Una de las manifestaciones más importantes de la gastronomía colombiana y quizá el emblema mismo de la gastronomía payanesa es el pipián. Esta deliciosa expresión culinaria, tiene un amplio legado de sabores, aromas y colores propios del fenómeno de hibridación.

El pipián al igual que muchas otras mezclas culinarias de la cocina colombiana, encierra una cantidad de elementos culturales que le otorgan su grado de particularidad en todas y cada una de las presentaciones culinarias y en los diferentes platos para los que regularmente se emplea. Entre las manifestaciones más importantes del pipián, se encuentran las empanadas y los tamales.

Generalidades del pipián.

Remontarse con certeza a los orígenes del pipián es quizá una aventura que aun este por construirse, lo anterior, por la precaria existencia de información e investigaciones al respecto. No obstante lo anterior, lo poco que se conoce acerca de los orígenes del pipián, apuntan a dejar entrever un aporte significativo y propio de las culturas indígenas. Al respecto, existen muchas afirmaciones que apoyan la hipótesis inicial de que el pipián evidentemente sea un aporte culinario de origen indígena. Uno de los investigadores locales que quizá ha intervenido en el tema con mayor propiedad, es el antropólogo y docente universitario Carlos Humberto Illera.

El pipián en palabras de la personas que lo preparan, es un delicioso plato de raigambre indígena, derivado de la manipulación del maní, el cual junto con la papa y el ajo se convierten en sus ingredientes principales. Es una mezcla que da origen a los sabores y colores de los deliciosos tamales y las muy famosas empanaditas de pipián. Fuente de inspiración, de poetas, literatos y cantores, costumbre gastronómica que se manifiesta en las diversas celebraciones culturales de la sociedad payanesa. Base alimentaria regional, que histórica y culturalmente ha acompañado a ilustres y nobles, a campesinos y soldados, a blancos e indios, a pobres y ricos. Poesía hecha colores, olores, sabores y arte hecho comida.

Histórica y tradicionalmente, el pipián, se ha empleado en la preparación del tamal, alimento de origen prehispánico y en la empanada; esta última, manifestación gastronómica, que reúne los aportes de las tres culturas en cuestión: indígena, africana y europea. Durante la época de la colonia por ejemplo, el pipián cumplió un papel fundamental en la nutrición de los ejércitos españoles, que hasta el momento apenas empezaban a adaptarse a los abruptos cambios en sus formas de vida y alimentación.

El pipián es asimismo, la base material de la cultura gastronómica local, a tal grado que hasta su más básica expresión culinaria, materializada en su receta ha recibido elogios, y palabras a lo largo de los años. En la actualidad, muchos afirman que la receta del pipián es la misma en todos lados, acentuando su diferencia en el sabor a los modos y tiempos de preparación. El pipián, se emplea también como complemento en la preparación de otros platos propios de la gastronomía payanesa.

El pipián es entonces, el sustento vital de una gran parte de la cocina local actual, y en esa medida, se transforma en un elemento gastronómico fundamental, que interviene en la consolidación cultural de toda una estructura particular como lo es la cocina regional y local, es un plato de consumo masivo que desde sus orígenes, ha sido incorporado a la dieta regular de todos los estratos sociales en Popayán y el Cauca. Es un aspecto a través de cual se han construido, toda una serie de

aparatos narrativos en relación con la gastronomía local, a tal de grado de elevarla a uno de los niveles más relevantes de la cocina nacional e internacional, por su amplio contenido histórico y cultural como manifestación gastronómica.

Es una expresión del patrimonio gastronómico local, que las personas pueden encontrar a su disposición en muchos lugares de la ciudad y a muy bajo costo, de ahí la razón de ser una manifestación gastronómica de consumo masivo; tal y como lo asegura Carlos Illera.

Ingredientes empleados en la gastronomía del pipián

Los ingredientes tradicionalmente empleados para la preparación del pipián son:

- ✚ La papa colorada
- ✚ El maní tostado y molido
- ✚ La cebolla larga picada
- ✚ El ajo machacado
- ✚ Tomate chonto maduro
- ✚ Comino molido
- ✚ Achiote
- ✚ Sal al gusto
- ✚ Agua
- ✚ Aceite de girasol

Frente al origen de los alimentos que hacen parte de la preparación del pipián, en relación con la papa por ejemplo, se conoce que es una planta originaria de la zona andina, específicamente de la región del Cuzco, Perú y de los alrededores del lago Titicaca en Bolivia. Asimismo se sabe, que los primeros aborígenes de las regiones peruanas y bolivianas transformaron esta planta en cultivo tradicional, mucho antes de la llegada de los Incas, y que ya se consumía en grandes cantidades hacia el siglo II después de Cristo. Cuando los Incas conquistaron la región hacia el año 1200, y los españoles entraron a Perú a mediados del siglo XVI, la papa ya se había difundido en Colombia y Ecuador. También se comenta que fue uno de los alimentos que se instaló principalmente en la región sur del país, lo cual puede explicar en cierto grado, el origen alto andino e indígena del pipián.

En cuanto al maní, se afirma que es de origen amazónico y que llegó hasta la región andina por vía fluvial, de ahí pasó a los andes y se instaló en los diferentes países de la región. En Colombia se estima la llegada de este alimento en cercanías del siglo V después de Cristo. Por su parte, en lo que concierne a la cebolla, el tomate y el ajo y demás ingredientes, son alimentos traídos por los españoles a finales de la época de la Conquista.

Los Platos del pipián

Los principales platos preparados a base de pipián son:

- ✚ **Tamales de pipián:** son una especie de bollos son pequeños y deliciosos, cuya masa está preparada a base de maíz, sobre la cual se vierte un relleno se hace con papas coloradas, cerdo, cebolla y achiote. Los Tamales de papa, envueltos en hojas de plátano con delicioso pipián, carne de cerdo, res o gallina, masa de maíz añejo con aderezo de "hogao" de ajo, cebolla, tomate y especias. Cada región tenía y tiene su forma muy particular de confeccionar este plato muy difundido en fiestas y agasajos populares, los tamales y empanadas de pipián han dado nombre muy especial a la cocina payanesa.
- ✚ **Las Empanadas de Pipián:** son pequeñas tortillas fritas de maíz añejo con guiso de papa y maní tostado y molido. Se usan los mismos ingredientes que en el relleno del tamal. La masa es de maíz con achiote, muy delgada y crocante.

Asimismo, como acompañantes infaltables para dos estos platillos, se emplean:

- ✚ **El ají de maní:** se prepara con maní molido y cebolla.
- ✚ **El Champús:** La preparación de este se hace de hace cocinando el maíz, de ahí al cabo de 4 o 6 días que ya por sí embebió casi todo el caldo, le mixturamos un poco de miel de caña, le ponen hojas de naranjo o limón, y algunos ponen también romero, y lo vuelven a hervir, y así lo guardan y así se come. Es básicamente un picadillo de piña y lulo, con granos de maíz capio cocido, melado de panela y hojas tiernas de naranjo agrio. Es como especie de mazamorra hecha con maíz blanco, panela, canela, clavos de olor, piña, piñuelas y limones.
- ✚ **La Chicha:** hecha de maíz, al decir de la gente es el vino natural del maíz y se fabrica a partir de la fermentación del mismo. La chicha, de origen indígena, se prepara con maíz fermentado y ha sido la bebida tradicional de las clases populares.
- ✚ **Aloja de maíz:** es igualmente una bebida hecha a base de la fermentación del maíz.

Y en esa medida, es poco probable, que aquellas personas que han habitado todo el tiempo - o en su defecto pasado de visita por la afamada - "Ciudad Blanca" no se hayan dejado tentar por la exotividad de los sabores y colores de las deliciosas

“empanaditas” y “tamalitos” de pipián. De aquella receta única que reúne los elementos gastronómicos y culturales de una región que mira al mundo con el orgullo de saber que es una de las pocas ciudades en Latinoamérica y en el mundo “en haber sido declarada Ciudad de la Gastronomía de la Unesco, gracias a la oferta de su cocina local” (Revista Semana, noviembre de 2008.)

1.8. Análisis de entornos

1.8.1 Entorno económico

El entorno económico cambia con mucha rapidez, sus efectos pueden tener un gran alcance lo cual representa modificar las estrategias de marketing. Aun una estrategia muy bien planeada fracasaría si el país entra en una etapa de rápido deterioro económico. A medida que disminuyen los ingresos de los consumidores, se ven obligados a cambiar sus hábitos de compra, simplemente tienen que prescindir de algunos productos. Este parámetro puede causar grandes efectos negativos en la comercialización de comida típica de la ciudad de Popayán lo cual significa que puede no ser asequible en cualquier etapa de la economía.

Se debe tener en cuenta aspectos tales como: La capacidad adquisitiva, etapa en que se encuentra la economía e inflación. Al colocar en el mercado un producto como ofrecimiento de comida típica patoja, es importante conocer estos aspectos para que el servicio no fracase y así poder determinar la demanda, el precio más adecuado y la viabilidad de los productos ofrecidos, entre otros.

1.8.2 Entorno Político Legal

El gobierno procura asegurarse de que no se explote a los individuos, de que ningún grupo ejerza un control injusto sobre los mercados y de que los productores proporcionen realmente bienes y servicios de la calidad que afirman ofrecer.

Los cambios del ambiente político a menudo dan origen a otros cambios en el entorno legal y en la forma en que se aplican las leyes. La situación legal establece las reglas básicas de cómo una organización funciona en la sociedad. Aunque la ley en ocasiones reduce considerablemente algunas opciones, los cambios legales y la forma en que se interpretan, producen a su vez nuevas oportunidades como exención de impuestos o beneficios por generar empleo lo cual deber ser aprovechado. Se debe tener en cuenta el ALCA (Área de Libre Comercio de las Américas), su finalidad, eliminar las barreras de entrada a las economías; la pequeña empresa se vería afectada, ya que la tecnología y competitividad de empresas internacionales es más grande.

1.8.3 Entorno Socio-cultural

Del ambiente cultural y social dependen en gran medida el modo y la razón por los que las personas viven y se comportan de determinada manera. Esto afecta su conducta de compra. La satisfacción que sienten las personas al saciar sus antojos y más aún gustos por la gastronomía típica de la región son patrones culturales fuertes y aspectos de gran importancia, especialmente para turistas o visitantes.

La tendencia demográfica es otra variable muy importante. En términos generales se espera un crecimiento demográfico en casi todos los países, pero ¿con que rapidez?, ¿se incrementará la comercialización a un ritmo mayor que la población? Las respuestas influyen en la rapidez con que un país avanza a etapas superiores de desarrollo y se convierte en un mercado para diversas clases de productos. En algunos lugares la población se encuentra muy dispersa lo cual resulta difícil y costoso dirigir los productos. Nuestro mercado se concentra en la ciudad de Popayán, además es una ciudad turística lo cual genera oportunidades para la organización ya que la gran mayoría de propios y visitantes buscan de estos placeres típicos que dan gusto al paladar, por lo cual el mercado potencial es bastante grande.

En la actualidad, considerando que la comida crea necesidades y es un factor socio-cultural que incide en el comportamiento de compra de los consumidores, se crean oportunidades para entrar en la industria y competir con calidad y reconocimiento.

Si hablamos de una ciudad literalmente blanca, espiritual, creyente o sencillamente religiosa; Popayán es el lugar ideal, pues además de poseer un turismo netamente creyente donde la fe sí mueve montañas, la arquitectura colonial en cada calle de la ciudad, especialmente en el centro histórico, evoca el ambiente de la época, donde se destacan iglesias de altos campanarios que sobresalen sobre los techos de las tradicionales casas.

Por otro lado, se da el lujo de poseer una exquisita cocina con variedad de platos y diferentes maneras de preservar los métodos tradicionales de preparación, que la llevaron a ubicarse en la lista de las ciudades más creativas y gastronómicas de la Unesco.

Popayán cuenta con uno de los más grandes y hermosos tesoros artísticos de la orfebrería sacra. Se trata del Museo **Arquidiocesano de Arte Religioso**, el cual alberga una colección de 12 custodias, cuyo esplendor se aprecia no sólo en los detalles de su elaboración, sino en la riqueza de los materiales y la abundancia de piedras preciosas que las adornan. Cabe resaltar que en cada uno de los museos de esta ciudad, se atesoran recuerdos de distinguidos próceres y personajes de la historia nacional.

Finales de marzo o inicios de abril, consolidan el momento ideal para visitar esta bella ciudad, es el momento en el que se celebra **La Semana Santa**, el momento para admirar sus lugares históricos y recintos religiosos, además disfrutar del **Festival de Música Religiosa**, que reúne visitantes del mundo entero. Por otro lado, cada dos años, en el mes de agosto, se lleva a cabo en Popayán el Congreso Internacional de Cofradías, Hermandades y Juntas de Semana Santa.

¿Dónde comer en Popayán?

Desde el año 2003, en el mes de septiembre se celebra el **Congreso Nacional Gastronómico de Popayán**. Esta fiesta de la gastronomía, determinó la distinción por parte de la UNESCO, de **Ciudad Gastronómica de la Humanidad** siendo Popayán el único lugar de Latinoamérica con esta distinción, en el año 2005 como patrimonio cultural perteneciente a la red de ciudades creativas de las Naciones Unidas.

Los platos típicos de la ciudad son un legado de la interacción cultural española e indígena, integrando componentes propios de la región con frutos traídos de España, entre los que se destacan: Las empanadas de pipián, el tamal de pipián, el ají de maní, la carantanta, los aplanchados, bebidas como la aloja, gaseosa Queen (la popular "Reinita"), champús, lulada, salpicón payanés, helados de paila, cucas, cocadas, mantecadas, liberales, hojaldras, rosquillas, dulce cortado, manjar blanco.

Teniendo en cuenta lo anterior Popayán se convierte en una excelente oportunidad para la implementación del restaurante de comida típica "CASA PAYANESA."

Por otro lado la oportunidad social más latente que se ve con cualquier negocio nuevo es la de generar empleo, lo cual alivia la vida de varias familias necesitadas y así mismo se contribuye al progreso del Departamento.

Es importante tener en cuenta la falta de creatividad de algunos de sus habitantes, convirtiéndose en una amenaza para cualquier negocio, debido a que es donde se genera envidia en el ser humano y dicho sentimiento puede ser usado fácilmente en contra del restaurante al montar un negocio con iguales características a corto plazo.

También es importante en éste estudio sociocultural tener en cuenta el orden público que existe en nuestro Departamento del Cauca como una amenaza latente para todo el sector del comercio por el conflicto armado actual, la delincuencia común, pretensiones de los indígenas que conllevan al bloqueo de las vías, entre otros factores, trayendo como consecuencia una imagen desfavorable de nuestra región que a su vez repercute en que los visitantes se abstengan de tomar como destino turístico nuestra ciudad.

1.8.4 Entorno Tecnológico

En la actualidad el mundo está evolucionando cada vez más rápido en cuestiones tecnológicas, se habla de la era digital donde el internet se ha vuelto una pieza clave e importante en las empresas para poder crecer, ya que las personas cada día son más dependientes de los computadores y éstos se han vuelto indispensables en su vida.

En Colombia El Ministerio TIC e Ipsos Napoleón Franco presentaron el estudio de Consumo Digital, en el que se destacan cuáles son las preferencias digitales de los ciudadanos en el país.

Entre noviembre y diciembre de 2013, la firma Ipsos Napoleón Franco realizó una serie de encuestas a 1007 personas, entre las edades de 15 y 55 años, en 28 ciudades del país. El objetivo fue determinar la penetración y acceso de Internet en Colombia, así como los usos que los colombianos le dan a la herramienta.

Los resultados permitieron reconocer que en el país **está creciendo el número de personas de estrato uno en acceder a Internet, pasando del 72% al 77%**. Por otro lado, al menos el 47% de la muestra analizada consume internet a diario.

Entre los indicadores que analizó la encuesta se encuentran los tipos de dispositivos por los que se accede a Internet, el lugar dónde se conectan, el número de computadores que hay en los hogares, usos de Internet, redes sociales favoritas y tipos de contenidos que consumen.

El computador portátil, los smartphones y las tabletas son los dispositivos que más usan los ciudadanos y por los que se conectan a Internet. Los datos de crecimiento de acceso por dispositivo son los siguientes:

- ✚ Portátiles: 46% vs el 39% del año anterior (2012)
- ✚ Teléfonos inteligentes: pasó del 23% al 34%
- ✚ Tabletatas: pasó del 3% al 16%

De acuerdo al estudio, **los colombianos se conectan a Internet más desde sus casas que desde el lugar de trabajo**. Al menos el 78% accede a la Web desde su hogar a diferencia del 17% desde la oficina. Sin embargo, el Café-Internet sigue siendo el segundo lugar desde el cual se conectan a Internet, con el 20%.

El 72% de los colombianos entrevistados tiene al menos un computador en su casa, mientras que el 41% reveló que tienen dos o más ordenadores.

Redes sociales y smartphones

"De total de las personas con teléfonos móviles, el 42% cuenta hoy con un teléfono inteligente, un crecimiento de 12 puntos frente al año anterior en donde la penetración de estos dispositivos móviles era del 30%", sostiene el estudio.

Entre los principales usos que le dan a los dispositivos móviles están:

- Entrar a redes sociales: 88%
- Realizar búsquedas en la web: 74%
- Revisar correo electrónico personal: 70%
- Revisar correo electrónico corporativo: 44%
- Descargar y usar apps: 43%

Si bien las redes sociales son las plataformas a las que más acceden los internautas colombianos, el 70% tiene al menos una cuenta activa en estas comunidades online. De esta manera, **Facebook se corona como la red social más usada con el 96.7%**, frente al 35.9% de Twitter. Le siguen Google+ (17.8%), Instagram (9%) y YouTube (2%), estas dos últimas como nuevas redes sociales.

Para el sector de los restaurantes esto representa una oportunidad, puesto que el internet juega un papel muy importante pues no solo les permite promocionarse sino que también le da una oportunidad al cliente de relacionarse con el establecimiento (La Barra, 2012).

Sin embargo, pocas compañías han sabido explotar esta oportunidad para interactuar con los clientes. Para poder sacarle el máximo provecho a las redes sociales es importante tener un objetivo claro y procurar mantener al usuario conectado con la marca, mediante mensajes, fotos, videos, etc. (Márquez, 2010).

Algunos puntos clave que se deben tener en cuenta para poder hacer un buen uso de las redes sociales son (Marketing Restaurantes, 2011):

- ✚ Ser transparente.
- ✚ Responder siempre.
- ✚ Educar a los fans.
- ✚ Mostrar los productos.
- ✚ Ser interesante.
- ✚ Ser constante.
- ✚ Ser cuidadoso con las ofertas.

1.8.5 Entorno Ambiental

El marketing ecológico, un enfoque complejo con aspiraciones serias

Los problemas medioambientales que hoy se viven, han dado lugar a la aparición de un nuevo segmento de consumidores conocidos como “los consumidores verdes”, cuya preocupación fundamental radica en la conservación del medioambiente y, por tanto, demandan productos con un mínimo (o ninguno) impacto sobre éste. Lo anterior ha conducido a que en disciplinas como el marketing también se desarrollen nuevos enfoques que respondan a este tipo de segmento. De este modo se puede hablar de marketing “ecológico”, “medioambiental”, “sostenible”, “verde” y “eco-marketing” cuyos propósitos radican en:

- ✚ Guiarse por las limitaciones de recursos y no en la estimulación de las necesidades del consumidor.
- ✚ Asignarle mayor peso a la estabilización del ecosistema y al consumo de energía que a la práctica de fabricar productos de usar y tirar.
- ✚ Promover el concepto de reciclaje.
- ✚ Compensar el deterioro producido por el desarrollo industrial.
- ✚ Desarrollar programas de producciones más limpias (PML).

Así mismo, el propio acto de conservación y cuidado del medioambiente cada día va trasgrediendo fronteras, y desde una perspectiva meramente “social”, en la que se buscaban difundir ideas y comportamientos deseables entre los ciudadanos, ya hoy se puede hablar de una perspectiva “empresarial” cuya esencia radica en planificar, implantar y controlar una política que permita a la organización el poder satisfacer a sus clientes, hacer realidad los objetivos que se han propuesto y generar el mínimo impacto negativo en el ecosistema, asumiendo, entonces, tres funciones fundamentales: a) redirigir la elección de los consumidores; b) reorientar el marketing mix de la empresa y c) reorganizar el comportamiento de la empresa.

No obstante a lo anterior, y pese a que existen ejemplos gratificantes sobre empresas cuyos resultados muestran su aporte al cuidado y conservación del medioambiente, resulta sumamente complejo para muchas organizaciones medir el impacto de esas decisiones de marketing con enfoque ecológico, por no contar con un adecuado sistema de información ni disponer de los medios necesarios para poder medir los efectos sociales de su gestión, además de que muchas veces son antepuestos los intereses económicos a las necesidades ecológicas y sociales cuando estos deberían ser compensados y, por la compleja relación que se establece con la competencia.

Del cliente tradicional al cliente verde: el costo de una transición

Teóricamente, debo reconocerlo, se pueden plantear muchas ideas o exigírseles acciones a las empresas, pero ciertamente hay que ponerse en la piel del empresariado cuando se habla del tema, y es que existe una gran diferencia entre el consumidor tradicional y el consumidor ecológico, que sólo los podemos distinguir por su comportamiento.

Una de las razones por las que en el mercado se generan contradicciones, al momento de poner a disposición de los consumidores determinados productos, está dada por la propia incapacidad o disposición de este tipo de cliente de asumir el costo de estos productos, por su incredulidad, por no comprender que ciertos actos en favor del medioambiente pueden conducir a sacrificios en la calidad del servicio y por las propias limitaciones que imponen sus actitudes como clientes; por ser un grupo minoritario en correspondencia con el resto de los clientes; por la ausencia de políticas de venta, precio y distribución para los productos ecológicos en particular; por el rechazo a la compra en las organizaciones de productos con estas características, por la falta de rendimiento y, no por última y menos importante, porque demanda el desarrollo de una política de marketing agresiva y costosa para los productos que no son ecológicos.

Es entonces que se plantea el gran dilema en las empresas: ¿cómo satisfacer a nuestros clientes, preservar el ecosistema y ser eficientes, sin afectar las relaciones con el entorno? y aquí incluyo a la competencia y a los proveedores.

El papel de la actividad gastronómica: saber hacia dónde mirar

Alimentarse es una necesidad biológica insustituible. El hombre ha incorporado a sus hábitos, por salud y por placer, inmensidad de alimentos naturales y artificiales en cuyo proceso de transformación emplean diversos recursos con impacto sobre el medioambiente.

Un restaurante, como empresa satisfactoria de esas necesidades no sólo comprende el proceso de transformación y conservación de esos alimentos, sino que en toda su operación actúa sobre tres dimensiones: la *social*, la *cultural* y la *económica*, buscando en su actuar conservar la identidad de los pueblos, contribuir a que se produzcan y fortalezcan las relaciones entre los hombres y, mantener y gestionar adecuadamente los recursos humanos y materiales para garantizar la eficiencia de sus operaciones, incorporando una cuarta dimensión: la *ecológica*, cuyo objetivo es lograr un equilibrio entre lo que se quiere alcanzar y el medioambiente.

Al calor de los efectos que el deterioro del medioambiente está sufriendo y que, consecuentemente, castigan al hombre, han surgido muchas organizaciones no

gubernamentales cuyo objeto fundamental es educar y concientizar a los habitantes del planeta para hacer un uso adecuado de los recursos naturales y de aquellos, que al largo plazo, impactan sobre éste. Los gobiernos imponen políticas que incrementan costos por restricciones y que van desde el modo y las características de los alimentos que pueden ser adquiridos (pescados con determinado peso y tamaño, frutas sin el uso de químicos maduradores, etc.) hasta el cumplimiento y validación mediante licencias ambientales de condiciones específicas, tanto estructurales como tecnológicas, que no afecten el medioambiente y que sin ellas no es permitida la operación.

En este sentido hay una razón que todo restaurante debe considerar al momento de diseñar sus estrategias, y es que no sólo debe considerar el entorno empresarial, sino que debe insertar dentro de sus análisis al medioambiente, y ya no sólo en los muros propios del restaurante, sino fuera de estos, quiero decir, cómo garantizar el acceso sin tener que actuar artificialmente sobre el medioambiente, qué oferta es la más adecuada y que a su vez satisfaga a su clientela (ecologista o no) que esté compuesta por recursos con un bajo impacto o ninguno sobre el medioambiente, cuál es la tecnología ideal, cómo crear conciencia y dejar evidencia de su respeto y accionar por la conservación del planeta.

Son muchas cosas las que se ponen en juego: el hombre cada día adquiere más información sobre este tema y se preocupa por ello, y a las empresas se les imponen nuevos desafíos para poder mantenerse competitivas en el mercado. El cliente busca distinguir a su restaurante por su capacidad para ofrecer un servicio de calidad que comprenda personal empático, alimentación sana y respetuosa del medioambiente, y la empresa busca el reconocimiento social como atractivo y garantía del éxito.

Principales factores que contribuyen al deterioro del medioambiente en los restaurantes:

- ✚ Uso inadecuado de los recursos naturales (agua, iluminación, gases).
Ineficiente política de compra.
- ✚ Oferta de productos escasos o en veda.
- ✚ Ausencia de una política de reciclaje.
- ✚ Emisión de agentes contaminantes.
- ✚ Tecnología inadecuada o carente de mantenimiento.
- ✚ Inconciencia.

Medidas básicas para contrarrestar el impacto negativo del restaurante en el medioambiente:

- a) Implantar medidas de ahorro de los recursos escasos y agotables.

- b) Establecer una política de compra amigable con el medioambiente.
- c) Capacitar al personal en cuanto a la clasificación de los desechos y formas de reciclaje.
- d) Adquirir según las normas establecidas los alimentos realizando especificaciones de compra.
- e) Cumplir los planes de mantenimiento y reposición de las tecnologías en uso.

Aunque muchas pueden ser las medidas, he tratado de sintetizarlas en cinco para poder aprovechar el espacio y sugerirles algunas cuestiones importantes que debe ser consideradas de forma general.

Lo primero que debemos tomar como criterio es el proceso de compra, y no sólo me refiero a las materias primas para la elaboración de los alimentos y bebidas, sino al conjunto que representa y hacen al restaurante.

Yosvanys R. Guerra Valverde

Profesor Sede Universitaria Municipal Playa. Universidad de La Habana
Profesor Adjunto Centro de Estudios Turísticos de la Universidad de La Habana
Profesor Adjunto Escuela de Hotelería y Turismo de La Habana

Todas las disposiciones del gobierno en materia ambiental en el restaurante se ven como oportunidades para conseguir un mejor futuro para las próximas generaciones y un mundo mejor.

CAPITULO II. ESTUDIO DE MERCADO

2.1 SERVICIO

El producto a ofrecer en nuestro proyecto es un servicio de calidad proporcionando platos típicos patojos a las personas propias de la ciudad y visitantes.

2.1.1 Descripción

El restaurante brindará comida típica patoja preparada con alimentos de excelente calidad y sabores y gustos para un buen paladar, ofrecida en un restaurante situado en el Sector histórico con características coloniales, contiene detalles antiguos con los cuales los payaneses y turistas se transporten a la época en la que Popayán era la ciudad insignia del País identificada por su ambiente de nobleza y tradición.

2.1.2 Servicios iniciales a ofrecer

Los servicios iniciales que ofrecerá el restaurante será comida típica de la ciudad determinados en platos livianos tales como empanadas de pipían, tamales de pipían, salsas y aderezos: ají de pique, ají de maní, ají de piña, salsa crema, carantanta, salpicón payanés, champús - lulada, postre Eduardo Santos, helados de paila, chicha de piña - aloja, mecato patojo (mantecadas, cocada de maní, colaciones, queso de cabeza, liberales, aplanchados, cucas, hojaldras, rosquillas, dulce cortado, manjar blanco) y platos fuertes como sancocho de gallina, sopas de tortilla, de carantanta, de envueltos y de masitas, tripaso de maní, ternero, papas chorreadas con guiso de maní y asaduras (morcilla, bofe).

2.1.3 Servicios futuros

Los servicios futuros que ofrecerá el restaurante será una tienda de artesanías la cual contendrá diferentes motivos para que el cliente lleve de recuerdo, no sólo objetos de la ciudad de Popayán como sus iglesias y zonas representativas sino de los lugares del departamento del Cauca que tienen alto atractivo turístico como la población de Silvia, Coconuco, entre otros.

2.1.4 Marca

La marca de nuestro proyecto estará compuesta por: Nombre del restaurante, slogan, logo y promoción.

2.1.4.1 Nombre del Restaurante

CASA PAYANESA

Este nombre surge de la idea de reunir todos los platos típicos distintivos de la ciudad de Popayán, caracterizados por el buen sabor para el deleite de propios y visitantes, en un lugar dónde se expresen y se sientan las tradiciones propias de la época colonial, las cuales la hicieron distinguir en el territorio nacional.

Casa Payanesa reúne los sabores y exquisiteces de la ciudad, los cuales indican la variedad de comida típica existente en la ciudad y el complemento que representa el agrado y deleite que producen al degustarlos.

2.1.4.2 Slogan

SABORES DE MI TIERRA

Esta frase es propicia para nuestro restaurante ya que representa la variedad de sabores autóctonos de nuestra ciudad, asimismo proporciona a la imaginación del cliente los diversos paisajes y lugares a los cuales se remonta nuestra historia y de los cuales es un placer disfrutar.

2.1.4.3 Logo

Figura 1. Logo del restaurante



2.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.2.1 Mercado Objetivo

De acuerdo con la segmentación de mercados elaborada, se estableció como mercado objetivo personas de estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Popayán, ya que es el principal grupo que utilizaría el servicio.

Para realizar el estudio de mercados en primer lugar se realiza una encuesta de donde se obtiene toda la información necesaria de las expectativas y requerimiento de los clientes en cuanto a los negocios de este tipo.

La encuesta se realiza de forma física en sectores frecuentados en su gran mayoría por personas que hacen parte del mercado objetivo propuesto.

La información obtenida sirve como base para realizar estrategias de marketing para atraer y fidelizar clientes.

2.2.1.1 Descripción específica del mercado actual

Según el Ministerio de Hacienda, en Colombia la expansión de los sectores de industria, comercio y sector financiero, impulsarían el PIB, siendo el motor del crecimiento este año 2015, incluso por encima del sector minero-energético. Los restaurantes y hoteles sería el renglón que más crecería este año con un 5,4%.

El negocio de comidas por fuera del hogar está disparado: crece a más de 15% anual y ya vende \$30 billones. Los grandes conglomerados se están moviendo para dominar uno de los mercados más sólidos de la economía colombiana. La llegada de poderosos grupos del sector, provenientes de Estados Unidos, España, México, Ecuador, El Salvador y Costa Rica, así como a la incursión de fondos de inversión y empresarios locales en nuevas cadenas y franquicias de comida, confirman que el negocio está más dinámico que nunca.

El aumento en el ingreso de los colombianos y las dificultades que en materia de movilidad registran las principales capitales del país se han convertido en el principal motor para este sector, Casi sin darse cuenta, los colombianos han vivido en los últimos años una verdadera revolución del consumo gracias a este negocio, cuyos ingredientes han creado una receta ganadora: amplia oferta de restaurantes, nuevos formatos, precios para todos los gustos y menús de todas las clases.

El mercado de comidas fuera del hogar tiene una conformación diversa, ya que la mayor parte son pequeños restaurantes informales y atomizados (los “corrientazos”), que representan alrededor de 80% del mercado total. Ofrecer los mejores menús y un servicio diferenciado son los grandes retos en un mercado complejísimo que pide, además de calidad y atención, precios muy competitivos y tiempos de espera cada vez menores.

Por eso los desafíos van más allá de la manipulación de alimentos e incluyen además reclutar el mejor talento humano, comprar o arrendar los mejores sitios de las ciudades, lograr negociaciones óptimas con los proveedores nacionales o extranjeros y establecer la más sólida cadena de suministros para ser eficientes

en este sofisticado negocio. Las cifras del negocio de comidas por fuera del hogar son contundentes.

Según la firma Raddar, del total de las compras de los hogares colombianos, solo los ingresos correspondientes a hamburguesas para todo el año 2014 fue de \$3,1 billones, mientras en 2013 sumaron \$2,8 billones, lo que representa un crecimiento de 11%. Esto indica que el gasto per cápita en el año 2014 correspondiente únicamente a hamburguesas fue de \$65.683. Esta dinámica en ventas se presenta en todos los segmentos, pues hoy el porcentaje de gasto que se va a comidas fuera del hogar corresponde a 6,21%. Según el Dane, el segmento de expendio de alimentos ha crecido en ingresos nominales 46,5% entre 2011 y 2014.

Dentro de las 80 más grandes cadenas de comida del país, el mayor peso de las ventas lo tienen las hamburguesas, que representan 32%. Según la firma losdatos.com, le siguen pollo, con 26%; pizza con 10%; las de parrilla, con 6%; típicas, con 3%; sánduches con 2% y alitas con 1%. Otro 20% corresponde a cadenas de comida italiana, árabe, asiática o mexicana, entre otras especialidades, esta revolución del mercado de comidas empezó en Colombia hace aproximadamente dos décadas, no solo por el lado de los restaurantes, sino también de los centros comerciales. La construcción de plazoletas de comidas representó el verdadero despegue, pero aunque las comidas rápidas tienen una gran acogida, no siempre se pueden estar consumiendo por costos y salud.

Tabla 2. Gastos de los colombianos

ASÍ GASTAN LOS COLOMBIANOS

PARTICIPACIÓN EN EL TOTAL (%)

SECTOR	TOTAL	ESTRATOS					CIUDADES			
		1	2	3	4	5 y 6	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla.
VIVIENDA	24,2	21,7	24,1	24,3	21,3	27,8	25,2	24,8	24,2	18,5
ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	24,1	37,2	26,7	23,7	21,6	16,2	21,4	22,9	29,3	33,1
TRANSPORTE	11,4	12,5	13,1	11,2	10,4	10,3	11,7	10,9	12,1	10,7
EDUCACIÓN	8,1	3,7	7,7	8,5	13,6	6,1	9,4	6,7	5,6	7,3
ESPARCIMIENTO Y DIVERSIÓN	7,2	4,3	4,5	5,3	11,7	11,2	7,3	7,4	7,2	6,2
VESTUARIO/CALZADO	5,6	8,3	5,9	6,3	4,2	3,5	4,1	8,2	5,1	7,9
DEUDAS	4,7	1,4	5,5	7,4	2,7	3,1	5,9	4,8	2,6	1,8
OTRAS ACTIVIDADES	4,4	2,8	3,9	4,3	5,0	5,5	4,8	4,4	3,1	4,0
SEGUROS	3,9	1,3	2,1	2,2	5,1	9,2	4,2	4,0	4,0	2,3
SERVICIOS MÉDICOS	3,8	3,8	4,4	3,8	2,0	4,6	3,7	3,6	3,7	4,4
COMUNICACIONES	2,6	2,8	2,0	3,1	2,4	2,4	2,3	2,2	3,1	3,7
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

FUENTE: DINERO CON BASE EN ENCUESTA DE INVAMER GALLUP.

Más del 50% de los gastos de los colombianos se concentran en 3 segmentos: vivienda; alimentos, bebidas y tabaco; y transporte. El esparcimiento y la diversión están ganando espacio en la canasta básica de los colombianos, muy cerca de la educación. El potencial para crecer el consumo en comunicaciones, servicios médicos y seguros es muy alto.

Fuente: Dinero con base en la encuesta de Invamer Callup

Según ACODRES, aunque hay crecimiento de restaurantes de comida extranjera, es muy importante para el posicionamiento internacional apostarle al desarrollo de establecimientos de comidas típicas, que refuercen las raíces de las regiones de Colombia, mediante eventos Gastronómicos que hacen que los sectores se integren y ofrezcan sus productos tradicionales, incentivando el empleo en las ciudades. Este congreso a su vez ha venido cumpliendo dos objetivos, realzar el buen nombre de la ciudad de Popayán y convertirla en un imán turístico, por lo que la gastronomía es un valor muy importante en una ciudad que le apuesta al turismo.

Enfocándonos a la ciudad de Popayán, un sector que tiene mucha incidencia en nuestro proyecto es el estudio realizado por la Cámara de Comercio de esta ciudad, el cual permitió identificar microempresarios informales con establecimiento, por lo que el concepto de economía informal aquí utilizado se restringe a ese tipo de unidades, sin tener en cuenta las actividades económicas del sector de vendedores ambulantes. De los 1.143 microempresarios informales identificados y encuestados más de la mitad (609) se dedican a actividades de comercio; correspondiendo este valor al 53.3% del total de establecimientos.

**Tabla 3. Actividades Económicas de las Microempresas Informales
Clasificación CIIU**

ACTIVIDAD	CANTIDAD	PARTICIPACIÓN (%)
Agropecuario	1	0,1
Construcción y Obras Civiles	2	0,2
Transporte y Almacenamiento	2	0,2
Comunicación	74	6,5
Manufacturero	119	10,4
Restaurantes y Hoteles	126	11,0
Servicios Comunales y Personales	210	18,4
Comerciales	609	53,3
Total	1.143	100%

Fuente: Estudio Cámara de Comercio Informales

En dicho estudio se puede observar la ubicación de las 126 microempresas informales dedicadas a actividades de Restaurantes y Hoteles, las cuales se concentran principalmente en los sectores 001 y 008, en donde se encuentran barrios de alta actividad comercial y con alta afluencia de potenciales clientes, entre ellos se encuentran Centro, Empedrado, Esmeralda, Bolívar y Perpetuo Socorro.

Hay un nicho importante para nuestro proyecto ya que si bien en la ciudad se consiguen los productos de nuestra gastronomía, estos están dispersos y al ubicarlos en un solo sitio permite que los usuarios los degusten a su antojo, pagando unos precios razonables y en un ambiente agradable.

2.2.1.2 Descripción específica del mercado futuro

El mercado futuro del restaurante lo componen las personas de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Popayán, como también turistas que visiten la ciudad.

2.2.2 Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra para nuestro estudio se obtuvo teniendo en cuenta que el tamaño de la población objeto de estudio es finita, la fórmula utilizada fue la de proporción finita. El valor de p y q es de 50% para ambas proporciones, puesto que con estos valores se obtiene un mayor tamaño de muestra. El porcentaje de confianza utilizado fue del 90% y el margen de error del 10%.

A continuación se presenta la Ficha Técnica para determinar la cantidad de habitantes a encuestar de la ciudad de Popayán.

Tabla 4. Ficha Técnica

Ficha Técnica			
1. Título	Encuesta a habitantes de Popayán mayores de 18 años		
2. Responsables	Estudiantes de Especialización en Gerencia de Proyectos		
3. Cobertura	Ciudad de Popayán		
4. Unidad de análisis	Habitantes mayores de 18 años		
5. Período	Junio de 2015		
6. PLAN DE MUESTRO			
6.1 Población objetivo	Habitantes mayores de 18 años		
6.2 Marco	Visor del DANE		
6.3 Unidad de muestreo	Habitantes mayores de 18 años		
6.4 Nivel de confianza	90.00%		
6.5 Coeficiente de confianza (Z)	1.96		
6.6 Probabilidad si compras (P)	50%		
6.7 Probabilidad de no compre (Q)	50%		
6.8 Error máximo permitido (E)	10%		
6.9 Tipo de diseño	Probabilístico		
6.10 Procedimiento	Muestro aleatorio simple M.A.S.		
6.11 Variables utilizadas	Consumo.		
6.12 Tipo de entrevista	Personalizada		
6.13 Tamaño de la población (N)	250043		
TAMAÑO DE LA MUESTRA (n)	96		
ESTRATIFICACIÓN			
	Cantidad	Proporción	Número de encuestas a aplicar
Hombres	97457	47.64%	46
Mujeres	107,098	52.4%	50
Total	204555	100.00%	96

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{NE^2 + Z^2 PQ}$$

Nivel de confianza	99,73%	99.00%	98.00%	96.00%	95.45%	95%	90%	80.00%	68.27%	50.00%
Z	3.000	2.580	2.330	2.050	2.000	1.960	1.645	1.280	1.000	0.475

2.2.3 Modelo de la encuesta



ENCUESTA A CONSUMIDORES

Por favor tómese unos minutos para diligenciar este cuestionario, le solicitamos su colaboración para que nos dé su opinión acerca de la implementación de un restaurante de comida típica patoja en la ciudad de Popayán que proyectamos sacar al mercado.

Su opinión es muy importante para nuestra empresa.

Número de cuestionario: _____ Fecha: _____

Datos de Clasificación

Barrio: _____ Estrato: 3 () 4 () 5 ()

✚ ¿Consume platos típicos patojos (payaneses)? SI ___ No ___

Si su respuesta es SI por favor continúe el cuestionario, de lo contrario le agradecemos su participación.

✚ ¿Cuáles son sus preferencias gastronómicas?

Indique en el orden de 1 a 5 cuáles son sus preferencias gastronómicas, siendo 5 su mayor preferencia y 1 la de menor gusto.

	1	2	3	4	5
A. Comida típica patoja (Payanesa)	___	___	___	___	___
B. Comida típica de otros departamentos	___	___	___	___	___
C. Comida típica de otros países	___	___	___	___	___
D. Comidas rápidas	___	___	___	___	___
E. Otro, ¿cuál? _____	___	___	___	___	___

✚ Nuestro objetivo es crear en Popayán un Restaurante de comida típica de la región, ¿qué tan interesado estaría usted en utilizar nuestro servicio de restaurante?

- A. Definitivamente si _____
- B. Probablemente si _____
- C. Podría utilizar o no utilizar el servicio _____
- D. Probablemente no _____
- E. Definitivamente no _____

✚ ¿Cuántas veces al mes le interesaría ir a consumir platos típicos al Restaurante?

- A. Una vez al mes _____
- B. Dos veces al mes _____
- C. Tres veces al mes _____
- D. Cuatro veces al mes _____
- E. Cinco veces o más _____

✚ ¿Normalmente con cuántas personas iría Usted al Restaurante?

- A. Una _____
- B. Dos _____
- C. Tres _____
- D. Cuatro _____
- E. Cinco o más _____

✚ ¿Cuáles son los platos livianos típicos payaneses que más le gustaría consumir?

- A. Empanadas de pipián _____
- B. Tamales de pipián _____
- C. Salsas y aderezos: ají de pique, ají de maní, ají de piña, salsa crema. _____
- D. Carantanta _____
- E. Salpicón payanés _____
- F. Champús - Lulada _____
- G. Postre Eduardo Santos _____
- H. Helados de paila _____
- I. Chicha de piña – aloja _____
- J. Gaseosa la Popular Reinita _____
- K. Mecato patojo (mantecadas, cocada de maní, colaciones, queso de cabeza, liberales, aplanchados, cucas, hojaldras, rosquillas, dulce cortado, manjar blanco) _____

✚ ¿Cuáles son los platos fuertes típicos payaneses que más le gustaría consumir?

- A. Sancocho de gallina _____
- B. Sopas: de tortilla, de Carantanta, de envueltos o de masitas _____
- C. Tripaso de maní _____
- D. Ternero _____
- E. Papas chorreadas con guiso de maní _____
- F. Asaduras (Morcilla, bofe) _____

✚ ¿Ha estado usted en más restaurantes de comida típica patoja? Si___ No___

Si su respuesta es NO por favor mencione por qué:

Si su respuesta es SI por favor mencione cuál (es):

✚ ¿Cuál (es) aspecto (s) le llamó la atención de otros restaurantes que ha visitado?

- A. Tipo de comida _____
- B. Precios _____
- C. Buena atención _____
- D. Ubicación _____

- E. Ambientación y decoración ___

- ✚ ¿Qué servicios fuera de lo tradicional le gustaría que le ofrecieran?
 - A. Tienda de Artesanías ___
 - B. Vigilancia de Vehículos ___
 - C. Acompañamiento musical en vivo en ocasiones especiales ___
 - D. Tienda de mecato ___
 - E. Agregados (Postres, tinto, aromáticas, te) ___

- ✚ En su opinión ¿Cuál (les) son las características más importantes que debería tener un nuevo restaurante:
 - A. Variedad de platos ___
 - B. Vigilancia ___
 - C. Precios cómodos ___
 - D. Sitio de estacionamiento ___
 - E. Ambiente y decoración agradable ___
 - F. Otro, ¿Cuál: _____ ___

- ✚ ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato típico en el restaurante?
 - A. Entre \$6.000 y \$10.000 ___
 - B. Entre \$10.000 y \$20.000 ___
 - C. Entre \$20.000 y \$30.000 ___
 - D. Entre \$30.000 y \$40.000 ___
 - E. \$40.000 o más ___

- ✚ ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el consumo total en el restaurante?
 - A. \$10.000 ___
 - B. \$20.000 ___
 - C. \$30.000 ___
 - D. \$40.000 ___
 - E. \$50.000 o más ___

- ✚ ¿Qué medios utiliza usted para informarse?
 - A. Radio ___
 - B. Televisión ___
 - C. Prensa ___
 - D. Internet ___
 - E. Redes sociales ___
 - F. Revistas especializadas ___

- ✚ ¿En qué lugar específico del sector histórico le gustaría que estuviera ubicado el Restaurante?
 - A. Cerca del Pueblito Patojo ___
 - B. Cerca del Antiguo Telecom ___
 - C. Cerca del Teatro Municipal ___
 - D. Por la calle del Cacho ___
 - E. Cerca de la Iglesia La Ermita ___

2.2.4 Resultados y análisis de la encuesta

Los resultados obtenidos a través de las encuestas permiten observar el comportamiento de la población objetivo con respecto a las variables sometidas a estudio.

❖ ESTRATO SOCIOECONÓMICO

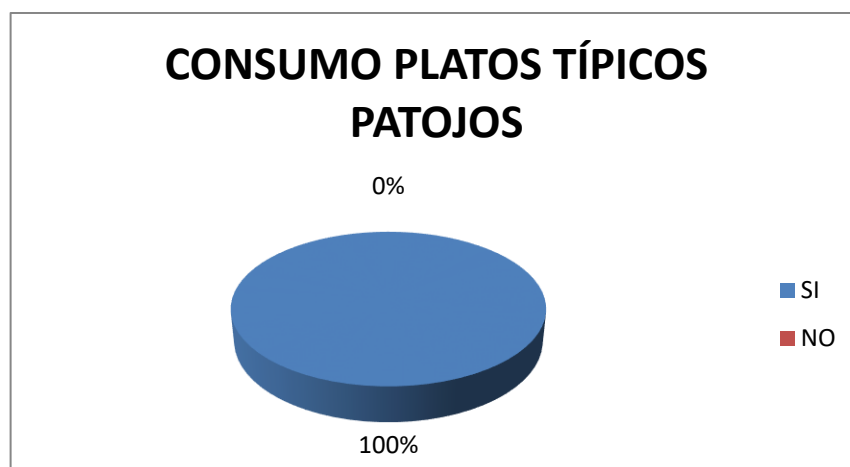
Gráfico 1. Estrato socioeconómico



En esta variable podemos observar que la mayoría de las personas encuestadas corresponden al estrato 4 con un 53%, aunque los estratos 3 y 5 también son importantes con un 30% y 17% respectivamente.

❖ PREGUNTA N°1: ¿Consume platos típicos patojos?

Gráfico 2. Consumo platos típicos

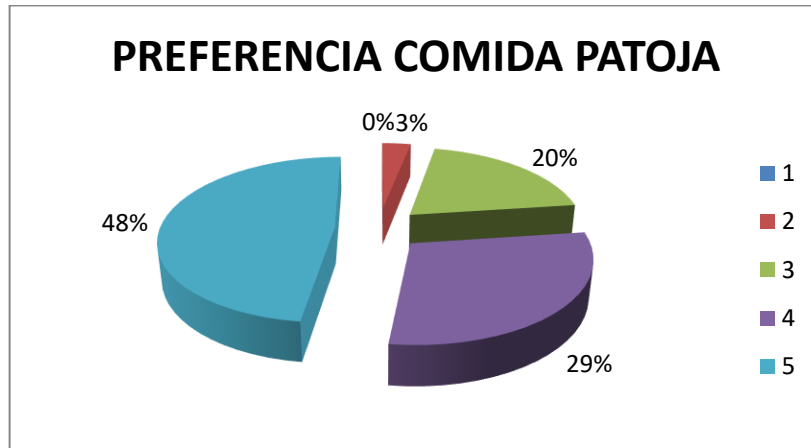


Gracias a esta variable podemos observar que el 100% de las personas encuestadas consumen platos típicos patojos.

- ❖ **PREGUNTA N°2: ¿Cuáles son sus preferencias gastronómicas?
Indique en el orden de 1 a 5 cuáles son sus preferencias gastronómicas, siendo 5 su mayor preferencia y 1 la de menor gusto.**

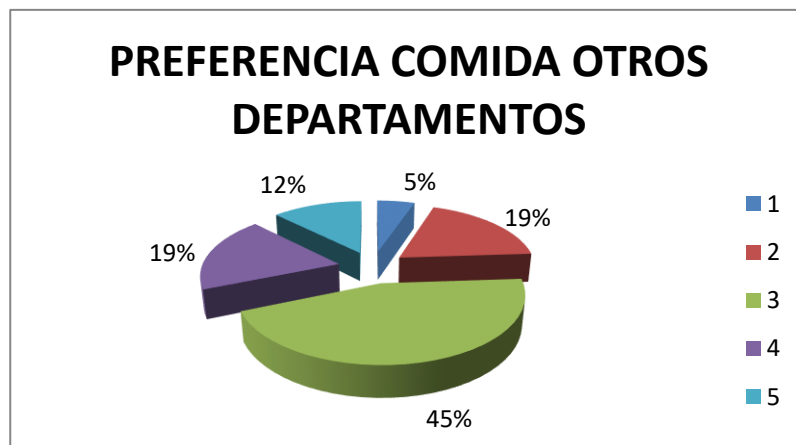
Esta pregunta es de respuesta múltiple, es decir que cada persona encuestada ha elegido más de una respuesta, por lo tanto a cada opción de respuesta se le hizo su propio análisis.

Gráfico 3. Comida Patoja



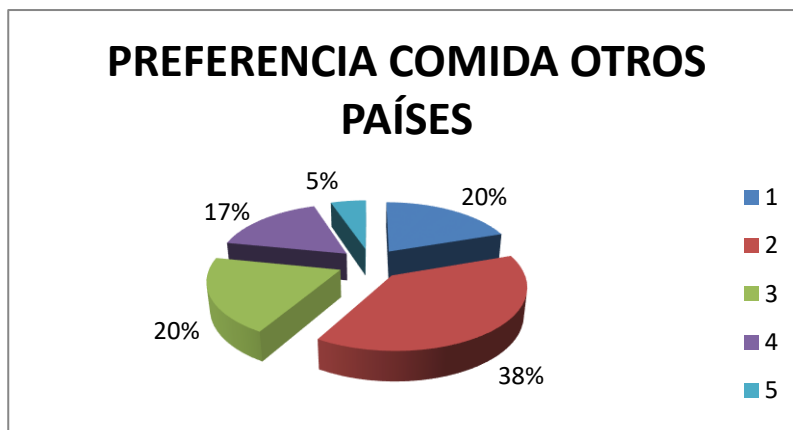
La preferencia de las personas encuestadas por la comida patoja tiene una calificación promedio de 4,2 en el grado de importancia (donde 1 es el menos importante y 5 el más importante), la calificación que más le dieron las personas encuestadas a este factor fue de 5 con un 47,92%. Lo anterior significa que existe una gran cantidad de personas a las que les gusta la gastronomía local, por lo tanto la encuesta determina que existe un gran nivel de aceptación para este tipo de platos.

Gráfico 4. Comida de otros departamentos



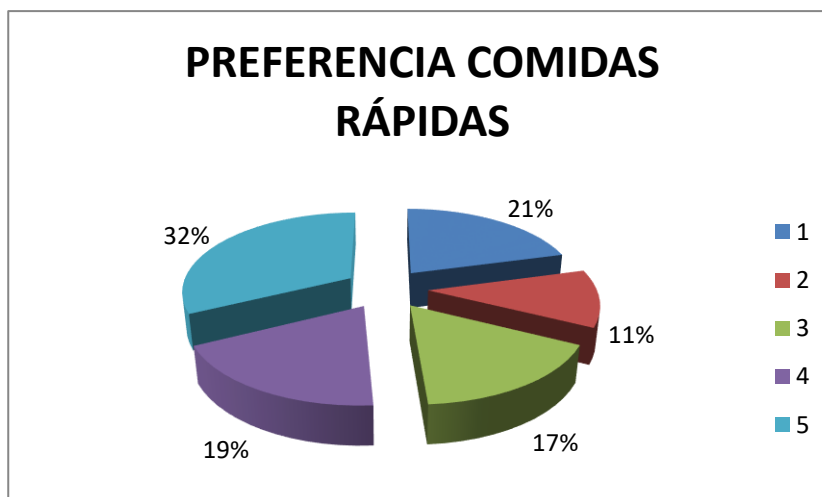
La preferencia de las personas encuestadas por la comida de otros departamentos tiene una calificación promedio de 3,1 en el grado de importancia (donde 1 es el menos importante y 5 el más importante), la calificación que más le dieron las personas encuestadas a este factor fue de 3 con un 45%.

Gráfico 5. Comida de otros países



La preferencia de las personas encuestadas por la comida de otros departamentos tiene una calificación promedio de 2,5 en el grado de importancia (donde 1 es el menos importante y 5 el más importante), la calificación que más le dieron las personas encuestadas a este factor fue de 2 con un 38%.

Gráfico 6. Comidas rápidas



La preferencia de las personas encuestadas por las comidas rápida tiene una calificación promedio de 3,3 en el grado de importancia (donde 1 es el menos importante y 5 el más importante), la calificación que más le dieron las personas encuestadas a este factor fue de 5 con un 32%.

Gráfico 7. Otras comidas



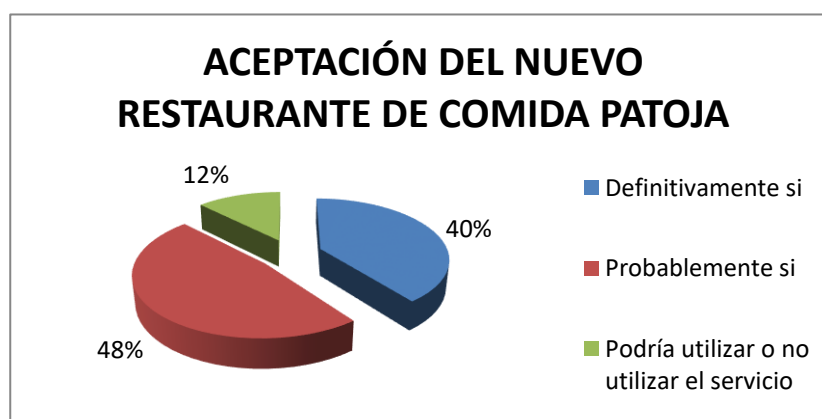
La preferencia de las personas encuestadas por otras comidas tiene una calificación promedio de 2,2 en el grado de importancia (donde 1 es el menos importante y 5 el más importante), la calificación que más le dieron las personas encuestadas a este factor fue de 2 con un 38%.

Conclusión:

Finalmente la encuesta muestra por orden de importancia el tipo de comida que las personas encuestadas prefieren siendo: a) Comida patoja con un promedio de 4,2; b) Comidas rápidas con un promedio de 3,3; c) Comidas de otros departamentos con un promedio de 3,1; d) Comida de otros países con un promedio de 2,5; e) Otro tipo de comida con un promedio de 0,7, por lo tanto la encuesta confirma la aceptación del restaurante de comida típica patoja.

- ❖ **PREGUNTA N°3: Nuestro objetivo es crear en Popayán un restaurante de comida típica de la región, ¿qué tan interesado estaría usted en utilizar nuestros servicio?**

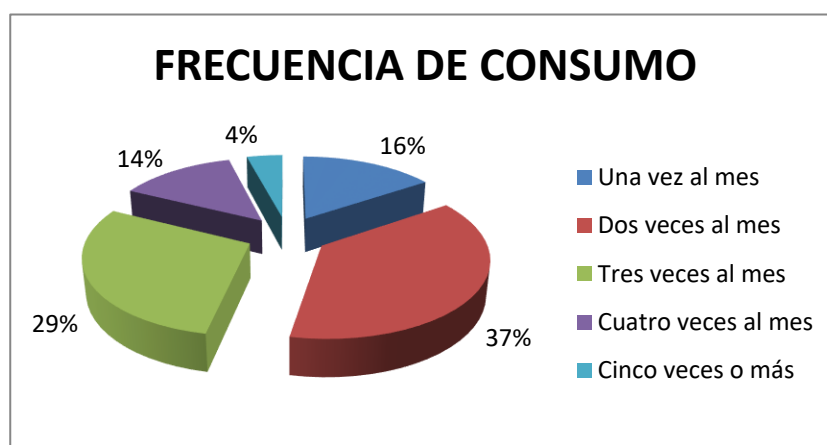
Gráfico 8. Aceptación del restaurante



El 40% de las personas encuestadas manifiestan que definitivamente si utilizarían el servicio del restaurante especializado en gastronomía local, seguido de un 48% que indican que probablemente también utilizarían el servicio; por lo tanto la encuesta confirma la aceptación del restaurante de comida patoja, ya que existe un gran mercado potencial para este tipo de comida en la ciudad de Popayán. Finalmente el 40% de las personas encuestadas, es el porcentaje que representa la demanda para el servicio de restaurante de comida típica patoja.

❖ **PREGUNTA N°4: ¿Cuántas veces al mes le interesaría ir a consumir platos típicos al restaurante?**

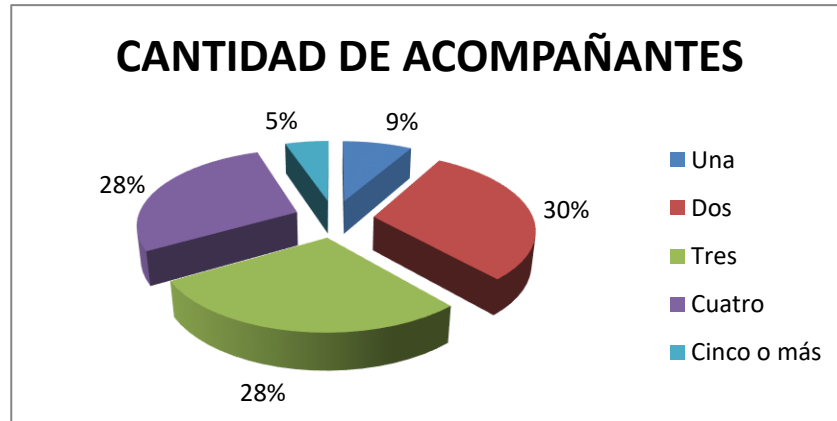
Gráfico 9. Frecuencia de consumo



Según datos estadísticos el 37% de las personas encuestadas visitaría este restaurante dos veces al mes, seguido de un 29% que indican que asistirían tres veces al mes, por lo tanto la encuesta muestra un gran interés de la mayoría de las personas encuestadas por utilizar el servicio del restaurante de comida patoja.

❖ **PREGUNTA N°5: ¿Normalmente con cuántas personas iría usted al restaurante?**

Gráfico 10. Acompañantes

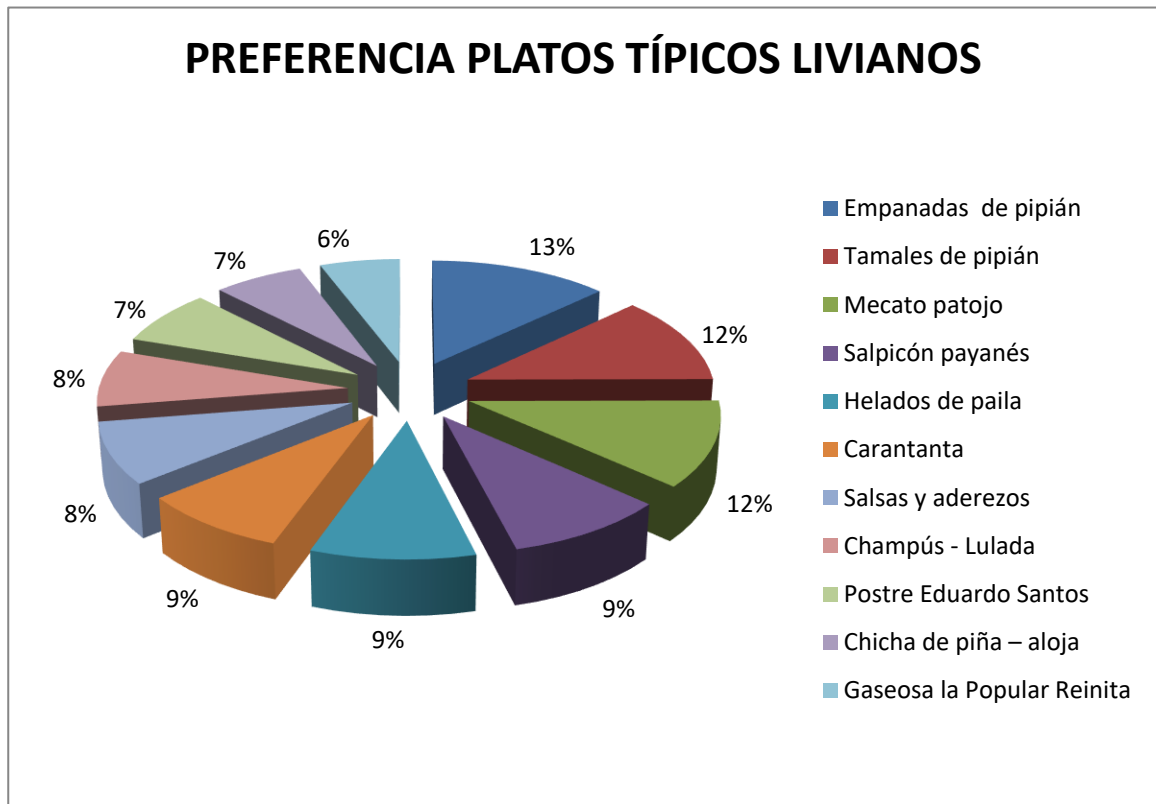


Es importante considerar, que como el 30% de las personas encuestadas asistirían al restaurante con dos acompañantes, esto triplicaría la demanda de los platos, lo mismo ocurriría con el 28% de las personas encuestadas que asistirían con tres acompañantes y el 28% de las personas encuestadas que asistirían con cuatro acompañantes. Esta situación elevaría el número de clientes a satisfacer.

❖ **PREGUNTA N°6: ¿Cuáles son los platos livianos típicos payaneses que más le gustaría consumir?**

Esta pregunta es de respuesta múltiple, es decir cada una de las personas encuestadas ha elegido más de una respuesta, siendo el total de las mismas de 706, como se aprecia en la siguiente cuadro de frecuencias:

Gráfico 11. Preferencia platos livianos

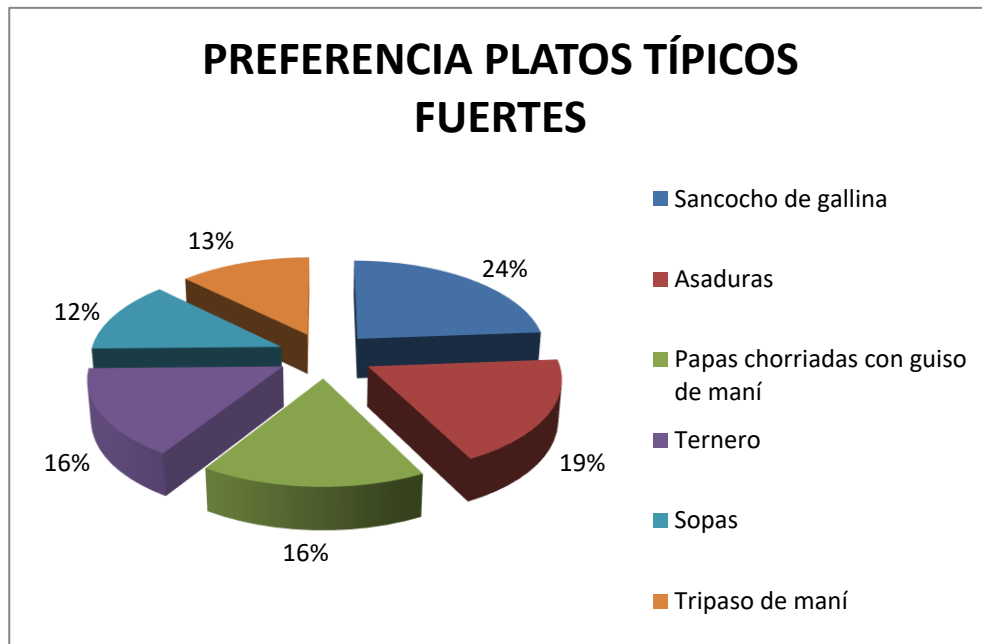


La distribución de frecuencias de los platos seleccionados, demuestra que existe una gran variedad de preferencias, lo que significa que el restaurante deberá contar con una gran variedad de platos en su menú para satisfacer al mayor número de clientes, destacándose el favoritismo por las empanadas de pipián con un 13%, seguidas de los tamales de pipián con un 12% al igual que el mecato patojo.

❖ **PREGUNTA N°7: ¿Cuáles son los platos fuertes típicos payaneses que más le gustaría consumir?**

Esta pregunta es de respuesta múltiple, es decir cada encuestado ha elegido más de una respuesta, siendo el total de las mismas de 332, como se aprecia en la siguiente cuadro de frecuencias:

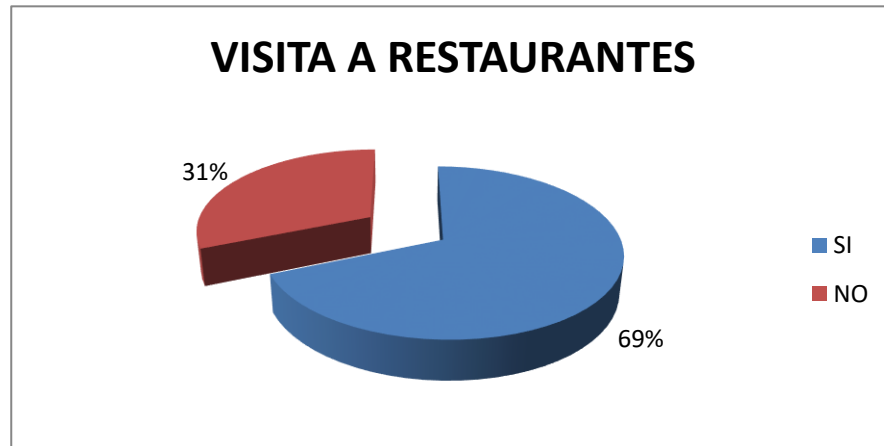
Gráfico 12. Preferencia platos fuertes



La distribución de frecuencias de los platos seleccionados demuestra que existe una gran variedad de preferencias, lo que significa que el restaurante deberá contar con una gran variedad de platos en su menú para satisfacer al mayor número de clientes. Sin embargo la encuesta muestra que el plato de mayor preferencia es el sancocho de gallina.

❖ **PREGUNTA N°8: ¿Ha estado usted en más restaurantes de comida típica patoja?**

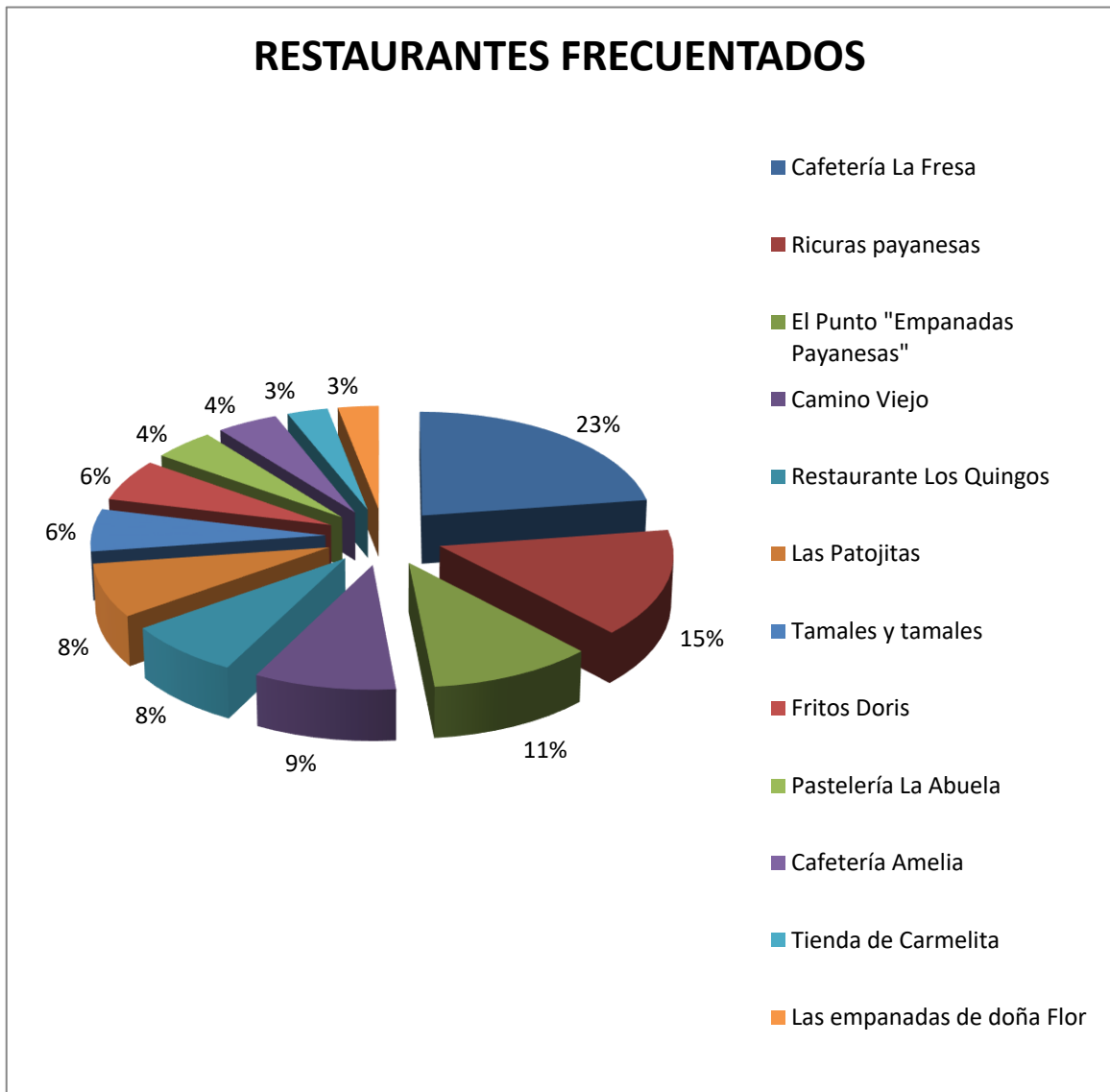
Gráfico 13. Visita a restaurantes



La encuesta muestra que existe una gran cantidad de personas que les gusta ir a restaurantes de comida típica patoja, con un porcentaje de 69%, el mismo porcentaje determina que existe un gran nivel de aceptación para este tipo de plato.

¿CUÁL?

Gráfico 14. Restaurantes frecuentados

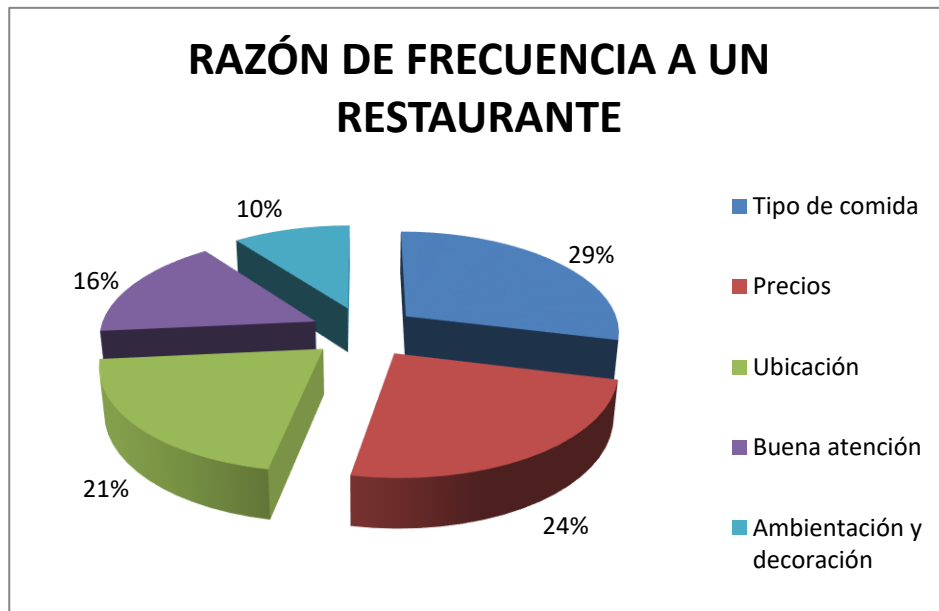


La encuesta muestra que los restaurantes de gastronomía local más frecuentados por las personas encuestadas son "Cafetería La Fresa" y "Ricuras Payanesas", los cuales serían la competencia directa del nuevo restaurante de comida típica patoja.

❖ **PREGUNTA N°9: ¿Cuál (es) aspecto (s) le llamó la atención de otros restaurantes que ha visitado?**

Esta pregunta es de respuesta múltiple, es decir cada una de las personas encuestadas ha elegido más de una respuesta, siendo el total de las mismas de 215, como se aprecia en la siguiente tabla de frecuencias:

Gráfico 15. Razón de frecuencia a restaurante

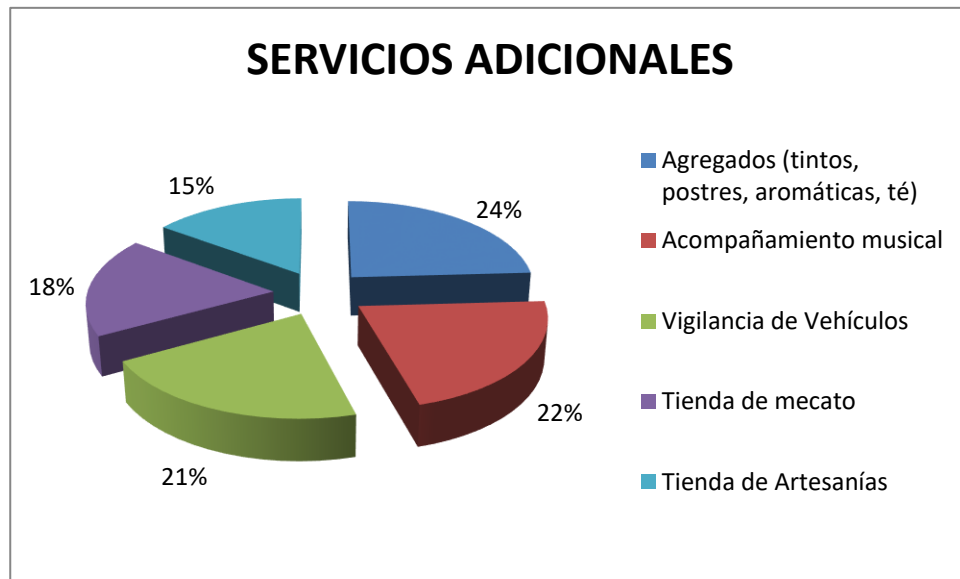


Por orden de importancia, los motivos por los cuales las personas encuestadas frecuentan un restaurante de comida patoja son: a) Tipo de comida; b) Precios, c) Ubicación; d) Buena atención; e) Ambientación y decoración, factores que son claves para éxito del proyecto.

❖ **PREGUNTA N°10: ¿Qué servicios fuera de lo tradicional le gustaría que le ofrecieran?**

Esta pregunta es de respuesta múltiple, es decir cada una de las personas encuestadas ha elegido más de una respuesta, siendo el total de las mismas de 215, como se aprecia en la siguiente tabla de frecuencias:

Gráfico 16. Servicios adicionales

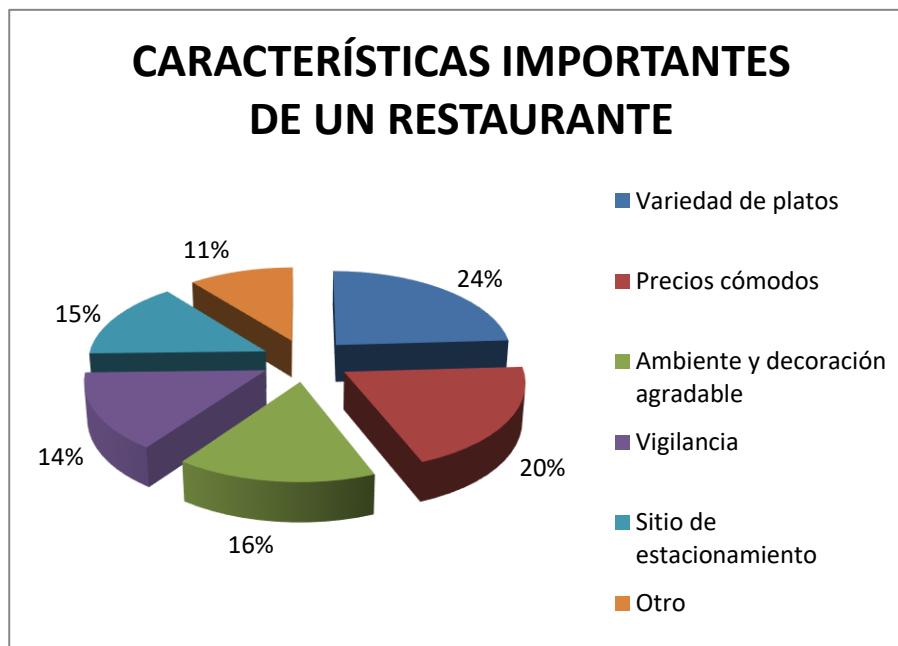


Por orden de preferencia, los servicios adicionales que las personas encuestadas consideran importantes a la hora de elegir un restaurante de comida patoja son: a) Agregados; b) Acompañamiento musical, c) Vigilancia de vehículos; d) Tienda de mecato; e) Tienda de artesanías; servicios que son claves para éxito del proyecto.

❖ **PREGUNTA N°11: En su opinión ¿cuál (les) son las características más importantes que debería tener un nuevo restaurante:**

Esta pregunta es de respuesta múltiple, es decir cada una de las personas encuestadas ha elegido más de una respuesta, siendo el total de las mismas de 382, como se aprecia en la siguiente tabla de frecuencias:

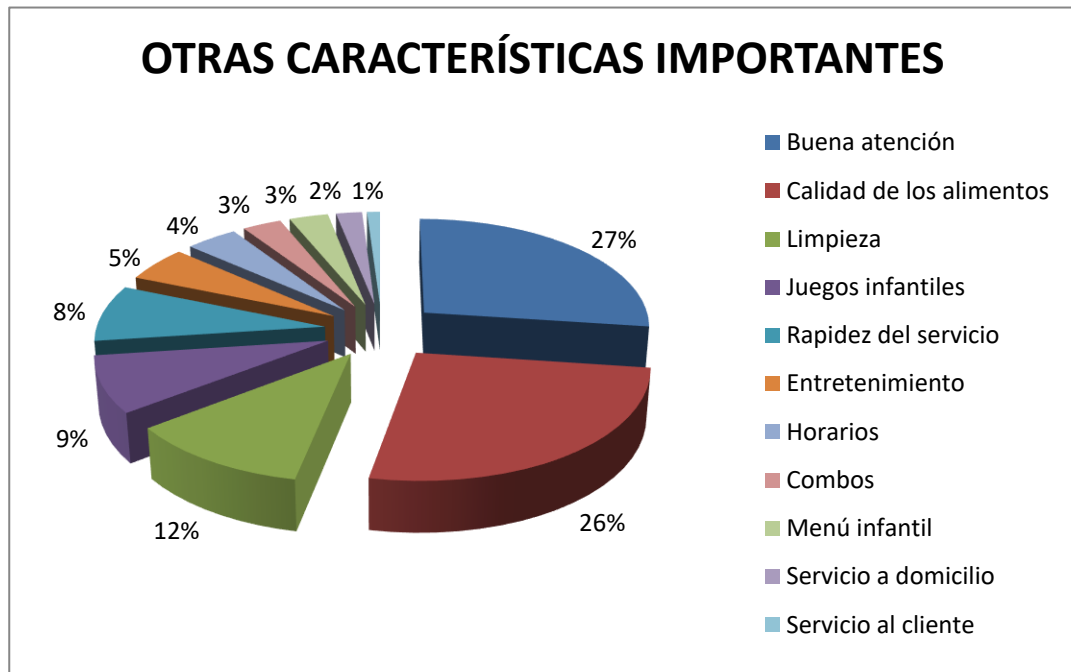
Gráfico 17. Características importantes



Por orden de importancia, las características que las personas encuestadas consideran relevantes para la implementación del nuevo restaurante son: a) Variedad de platos; b) Precios cómodos; c) Ambiente y decoración; d) Vigilancia; e) Sitios de estacionamiento; f) Otro, factores que son claves para éxito del proyecto.

¿CUÁL?

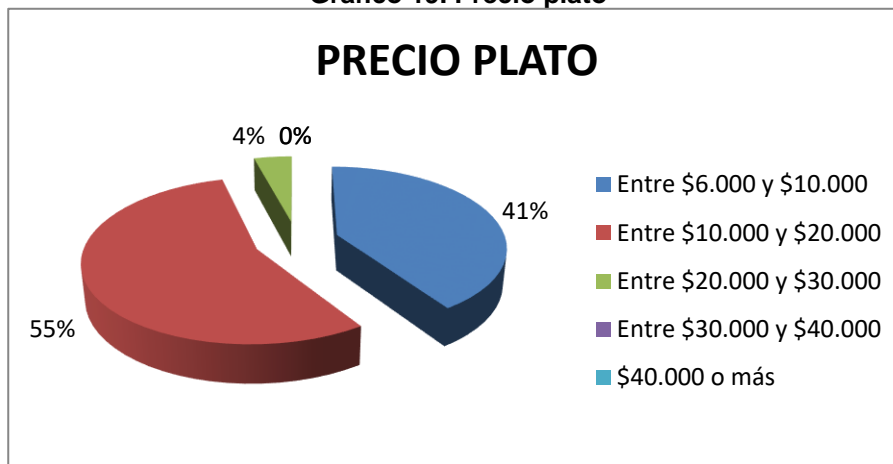
Gráfico 18. Otras características importantes



Los resultados indican que para el 27% de las personas encuestadas, otra característica importante de un restaurante es la buena atención, seguido del 26% que considera la calidad de los alimentos. Aspectos importantes para el éxito del proyecto.

- ❖ **PREGUNTA N°12: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato típico en el restaurante?**

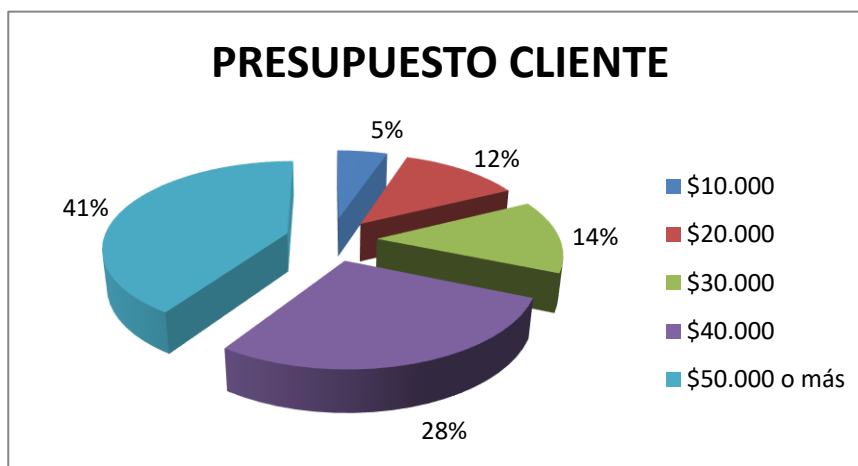
Gráfico 19. Precio plato



Como se puede observar en la tabulación el 55% de las personas encuestadas están dispuestas a pagar entre \$10.000 y \$20.000 por plato, seguido del 41% que estarían dispuestas a pagar entre \$6.000 y \$10.000, precios que servirán de referencia para establecer la demanda del restaurante.

❖ **PREGUNTA N°13: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el consumo total en el restaurante?**

Gráfico 20. Presupuesto cliente

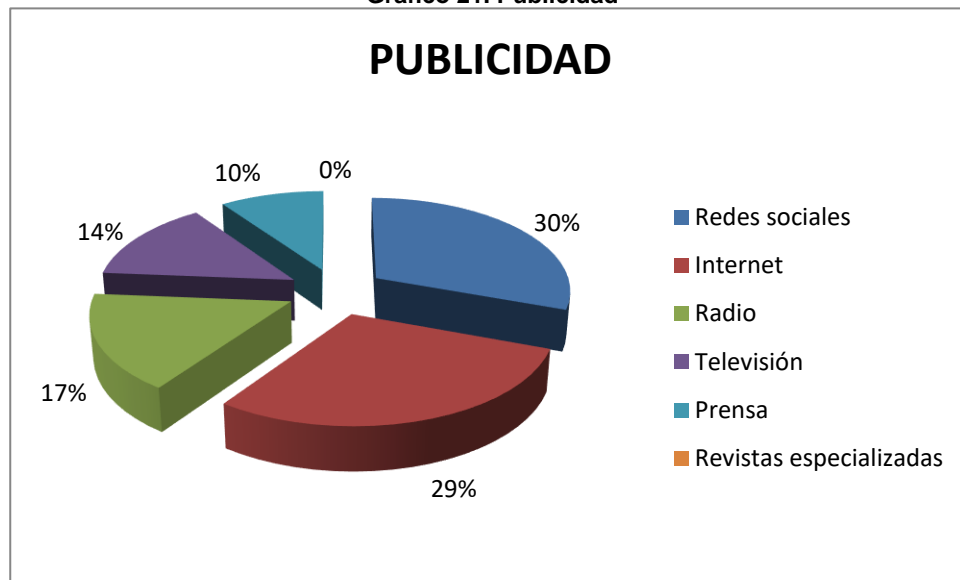


El 41% de las personas encuestadas estarían dispuestas a pagar \$50.000 por el servicio del restaurante, seguido del 28% que estarían dispuestas a pagar \$40.000, por lo tanto la encuesta muestra la aceptación del restaurante.

❖ **PREGUNTA N°14: ¿Qué medios utiliza usted para informarse?**

Esta pregunta es de respuesta múltiple, es decir cada persona encuestada ha elegido más de una respuesta, siendo el total de las mismas de 236, como se aprecia en la siguiente tabla de frecuencias:

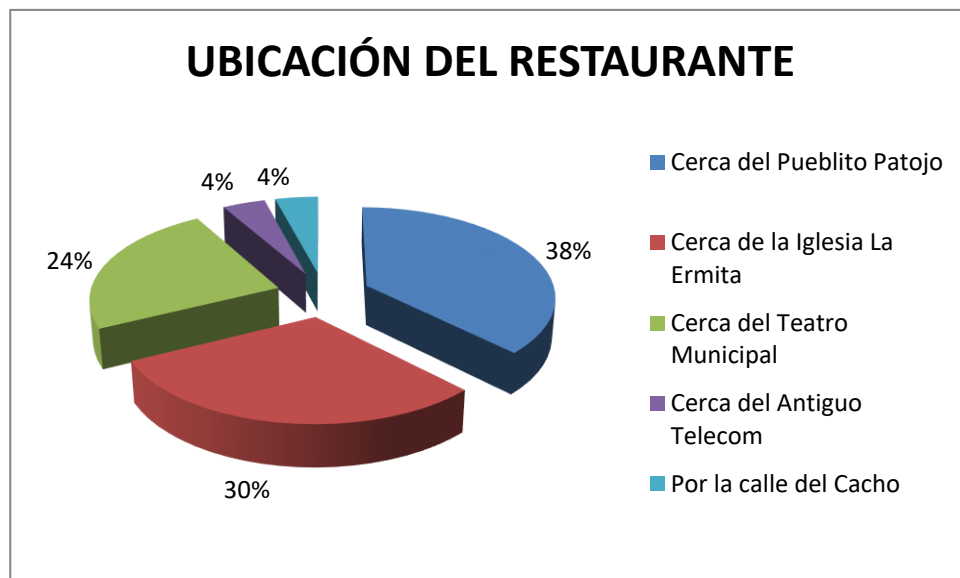
Gráfico 21. Publicidad



Por orden de preferencia, los medios de información que las personas encuestadas más utilizan son: a) Redes sociales; b) Internet, c) Radio; d) Televisión; e) Prensa, aspectos que son claves para determinar los medios publicitarios apropiados que garanticen el éxito del proyecto.

❖ **PREGUNTA N°15: ¿En qué lugar específico del sector histórico le gustaría que estuviera ubicado el restaurante?**

Gráfico 22. Ubicación restaurante



El 38% de las personas encuestadas considera que el lugar más apropiado para la ubicación del restaurante sería cerca del Pueblito Patojo, seguido del 30% que considera que sería cerca de la Iglesia la Ermita, el 24% cerca del Teatro Municipal, ya que consideran que estos lugares son estratégicos, llamativos, concurridos por propios y visitantes, comerciales, donde un restaurante quedaría bien ubicado.

2.3 DEMANDA

Tabla 5. Cálculo de demanda: Restaurante “CASA PAYANESA”

			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
			2016	2017	2018	2019	2020
POBLACION DE POPAYAN	Personas		280.054	282.541	284.900	287.114	289.121
POBLACION URBANA	Personas		250.043	252.340	254.447	256.424	258.216
POBLACION: ESTRATOS 3, 4, 5	Personas	54,76%	136.924	138.181	139.335	140.418	141.399
ADULTOS (JEFE FLIA)	Jefes hogar	3,8	36.033	36.363	36.667	36.952	37.210
Personas que definitivamente SI	Jefes hogar	44%	15.854	16.000	16.134	16.259	16.373
Cantidad de visitas al año	Jefe/año		481.575	485.998	490.056	493.864	497.316
Cantidad de personas al año	Personas / año		1.404.592	1.417.494	1.429.330	1.440.436	1.450.504
Dx de platos al año	Platos / año		1.404.592	1.417.494	1.429.330	1.440.436	1.450.504
Dx en pesos (según Pregunta #12)		\$ 8.792	\$ 12.348.707.926	12.462.130.808	12.566.189.600	12.663.828.894	12.752.349.058
Dx en pesos (según Pregunta #12)		\$ 12.573	\$ 17.659.822.828	17.822.028.300	17.970.842.237	18.110.475.681	18.237.067.906
				0	0	0	0
Otra forma así (según Pregunta #13)				0	0	0	0
Cantidad de visitas al año	Jefe/año		481.575	485.998	490.056	493.864	497.316
Valor a consumir por visita		\$ 38.646	\$ 18.610.848.912	18.781.789.559	18.938.617.502	19.085.770.560	19.219.180.096
				0	0	0	0
Menor valor de Dx			\$ 12.348.707.926	12.462.130.808	12.566.189.600	12.663.828.894	12.752.349.058
% de Dx que tomará el RESTAURANTE		10%	\$ 1.234.870.793	1.246.213.081	1.256.618.960	1.266.382.889	1.275.234.906
% de utilización de capacidad			50%	75%	100%	100%	100%
Ventas por año (capacidad utilizada)			\$ 617.435.396	934.659.811	1.256.618.960	1.266.382.889	1.275.234.906

Tabla 6. Visitas por año

CANTIDAD DE VISITAS POR AÑO (Según pregunta # 4)			
Respuesta	CANT	%	Cantidad por año
Una vez al mes	15	16%	12
Dos veces al mes	36	38%	24
Tres veces al mes	28	29%	36
Cuatro veces al mes	13	14%	48
Cinco veces o más	4	4%	60
	96	100%	

Tabla 7. Personas por año

PERSONAS POR AÑO (Según pregunta # 5)				
Respuesta	CANT	%	Personas	
Una	8	8%	1	0,083333333
Dos	29	30%	2	0,604166667
Tres	27	28%	3	0,84375
Cuatro	27	28%	4	1,125
Cinco o más	5	5%	5	0,260416667
	96	100%		2,9

481.575	1.404.592
---------	-----------

Tabla 8. Valor por plato

VALOR A PAGAR POR PLATO (Según pregunta # 12)						
Respuesta	CANT	%	Valor mínimo	Promedio	Con Mínimo	Con Promedio
Entre \$6.000 y \$10.000	39	41%	\$ 6.000	\$ 8.000	\$ 2.438	\$ 3.250
Entre \$10.000 y \$20.000	53	55%	\$ 10.000	\$ 15.000	\$ 5.521	\$ 8.281
Entre \$20.000 y \$30.000	4	4%	\$ 20.000	\$ 25.000	\$ 833	\$ 1.042
Entre \$30.000 y \$40.000	0	0%	\$ 30.000	\$ 35.000	\$ 0	\$ 0
\$40.000 o más	0	0%	\$ 40.000		\$ 0	\$ 0
	96	100%			\$ 8.792	\$ 12.573

Tabla 9. Valor a consumir

VALOR A CONSUMIR (Según pregunta # 13)			
Respuesta	CANT	%	Valor PONDERADO
\$ 10.000	5	5%	\$ 521
\$ 20.000	12	13%	\$ 2.500
\$ 30.000	13	14%	\$ 4.063
\$ 40.000	27	28%	\$ 11.250
\$ 50.000	39	41%	\$ 20.313
	96	100%	\$ 38.646

2.4 OFERTA

En la ciudad de Popayán existen diferentes establecimientos que ofrecen servicios similares a los propuestos en nuestro proyecto, entre los cuales se destacan:

- ✚ Restaurante Los Quingos
- ✚ Cafetería La Fresa
- ✚ Ricuras payanesas
- ✚ Pastelería La Abuela
- ✚ Las Patojitas
- ✚ Tamales y tamales
- ✚ Cafetería Amelia
- ✚ Tienda de Carmelita
- ✚ Camino Viejo
- ✚ El Punto "Empanadas Payanesas"
- ✚ Fritos Doris
- ✚ Las empanadas de doña Flor

2.5 PROMOCIÓN

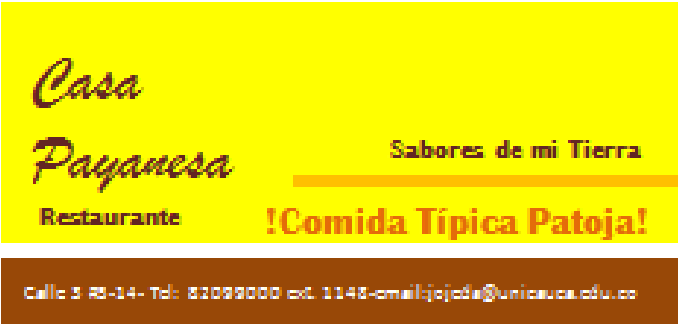
2.5.1 Aviso del restaurante

Figura 2. Aviso del restaurante



2.5.2 Tarjetas de presentación

Figura 3. Tarjetas de presentación



2.5.3 Uniformes empleados

Figura 4. Uniformes empleados



2.5.4 Diseño de la carta

Figura 5. Diseño de la carta



2.5.5 Servilletas

Figura 6. Servilletas



2.6 PRECIO

El precio promedio de los platos que se ofrecerán en el restaurante será de \$9.000 de acuerdo al resultado arrojado por la pregunta No.12 de la encuesta aplicada, con el procedimiento que se presenta a continuación:

Tabla 10. Valor por plato

VALOR A PAGAR POR PLATO (Según pregunta # 12)						
Respuesta	CANT	%	Valor mínimo	Promedio	Con Mínimo	Con Promedio
Entre \$6.000 y \$10.000	39	41%	\$ 6.000	\$ 8.000	\$ 2.438	\$ 3.250
Entre \$10.000 y \$20.000	53	55%	\$ 10.000	\$ 15.000	\$ 5.521	\$ 8.281
Entre \$20.000 y \$30.000	4	4%	\$ 20.000	\$ 25.000	\$ 833	\$ 1.042
Entre \$30.000 y \$40.000	0	0%	\$ 30.000	\$ 35.000	\$ 0	\$ 0
\$40.000 o más	0	0%	\$ 40.000		\$ 0	\$ 0
	96	100%			\$ 8.792	\$ 12.573

2.7 DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

Esta factibilidad busca crear un restaurante de comida típica patoja que pueda competir con los establecimientos existentes que ofrecen éste tipo de comida, dedicándose a la producción y comercialización de menús variados, dentro de un ambiente agradable, ventilado y cómodo.

Algunos de los aspectos que caracterizan al restaurante de comida típica patoja son la calidad y frescura de los menús y la variedad de los mismos, permitiendo al cliente satisfacer sus expectativas.

La prestación del servicio se distinguirá por contar con personal calificado y debidamente orientado hacia la cultura del servicio.

Se prestará atención a la higiene y seguridad industrial de las instalaciones y equipos, como de las personas que laborarán en el mismo.

Para la elaboración de los platos se contará con la asesoría de personas expertas en gastronomía local para garantizar la calidad de los productos.

El restaurante contará con unas instalaciones adecuadas para la comodidad de los clientes, con un mobiliario atractivo, amplios espacios, ambiente cálido y familiar donde los clientes podrán disfrutar sus platos con tranquilidad. El restaurante prestará sus servicios de lunes a domingo en un horario de 8 a.m. a 6 p.m.

2.8 OBJETIVOS

2.7.1 Objetivos de ventas

- ✚ Ofrecer un amplio menú de comidas típicas de la ciudad de Popayán.
- ✚ Realizar ventas mensualmente de \$102'906.000 de todo el portafolio de productos.
- ✚ Obtener y mantener como clientes a propios y visitantes.
- ✚ Ofrecer una variedad de artesanías propias de la región.

2.7.2 Objetivos de posicionamiento

- ✚ Establecer el restaurante como el mejor de los verdaderos productos típicos.
- ✚ Generar impacto en la memoria del cliente por el buen servicio y la grata experiencia ofrecida por el restaurante.

2.7.3 Objetivos del producto

- ✚ Ofrecer un menú rico en innovación y variedad, siendo siempre flexible para poder adaptarse a las preferencias de los clientes.
- ✚ Deleitar a los clientes con productos que tengan una excelente presentación, esta característica logrará resaltar la delicadeza y pulcritud con la que se elaboran los platos, lo que hará que el cliente disfrute de una experiencia única desde que recibe el plato que ordenó.
- ✚ Ofrecer a los clientes comodidad y un excelente servicio en un ambiente cómodo y agradable.

2.7.4 Objetivos de precios

- ✚ Dar a conocer los precios de los platos de comida típica payanesa ofrecidos por el restaurante Casa Blanca y las promociones que ofrece para su distinguida clientela.
- ✚ Generar utilidades con unos precios cómodos en el mercado.

2.7.5 Objetivos de distribución

- ✚ Localizar el restaurante “Casa Payanesa” en el centro histórico de la ciudad de Popayán, ubicación estratégica por su atractivo turístico.
- ✚ Interactuar de manera eficiente y eficaz con los clientes.

2.7.6 Objetivos de comunicación

- ✚ Dar a conocer el restaurante en los medios tradicionales de comunicación.
- ✚ Dar a conocer el restaurante a través de internet y redes sociales.

2.7.7 Objetivos de mercadeo

- ✚ Lograr que el restaurante Casa Payanesa esté en el primer lugar de preferencia de los restaurantes de comida típica de la ciudad de Popayán, es decir posicionar el restaurante en el mercado deseado dentro de la ciudad.
- ✚ Comercializar artesanías propias de la región como gancho para que los clientes recuerden el restaurante.

2.9 ESTRATEGIAS DE MERCADO

2.8.1 Estrategias de producto o servicio

- ✚ Diseñar la carta: presentar los platos con una breve descripción de su contenido y algunas fotografías, lo que le permita al cliente darse una idea de lo que es.
- ✚ Ofrecer al cliente un producto terminado de excelente calidad hecho con materia prima fresca propia de la región.
- ✚ Ofrecer un servicio de calidad: construir un manual con políticas de servicio al cliente, teniendo en cuenta la bienvenida al restaurante, explicación del menú para poder realizar sugerencias acertadas de platos, en caso de que el cliente llegara a requerirlas, estar atento ante cualquier necesidad de este y anticiparse a estas (si es posible), y despedida del restaurante. Para lograr esto es fundamental crear conciencia en los empleados de las metas de servicio.
- ✚ Prestar un servicio personalizado y ágil a cada una de las mesas atendidas, de tal forma que se coordinará los procesos de producción para que los platos no tarden en ser servidos.
- ✚ Vender artesanías propias de la región: el restaurante puede diversificar el negocio por medio de la venta de artesanías propias de la región, ya que estas resultan muy interesantes para los clientes logrando mayor acogida del restaurante por parte de ellos.

2.8.2 Estrategias de precios

- ✚ El precio de los platos ofrecidos en el restaurante, estarán acordes a los precios del mercado establecidos por el promedio de los precios de la competencia, ofreciéndole al cliente un producto de excelente calidad.

- ✚ Se implementará un sistema de descuentos especiales para los clientes que deseen celebrar fechas especiales en nuestro restaurante (celebración de cumpleaños, grados, reuniones empresariales, etc.).

2.8.3 Estrategias de distribución

- ✚ La ubicación del restaurante en el centro histórico de la ciudad de Popayán es una excelente estrategia de distribución, ya que estará localizado en una zona reconocida por su atractivo turístico y de fácil acceso, lo que representa grandes oportunidades para ser visitado por clientes del sector y turistas.

2.8.4 Estrategias de promoción

- ✚ Implementar un sistema de información a través de internet (redes sociales, Instagram).
- ✚ Difusión por medios publicitarios como la radio, prensa y canales regionales.
- ✚ Distribuir volantes en sitios estratégicos para dar a conocer el restaurante.
- ✚ Diseñar afiches con el nombre del restaurante con su logotipo y slogan.

2.10 PRESUPUESTO DEL PLAN DE MERCADO

Tabla 11. Presupuesto plan de mercado

ESTRATEGIAS	PRESUPUESTO ANUAL
Publicidad con Volantes	\$ 350.000
Pautas publicitarias en radio, televisión local y prensa	\$ 650.000
Pautas publicitarias en pantallas	\$ 1.800.000
Promoción y publicidad en hoteles, hostales y agencias de viajes.	\$ 600.000
Lanzamiento del restaurante	\$ 3.100.000
Degustación de ciertos platos típicos	\$ 500.000
Diseño e impresión del portafolio de productos	\$ 2.000.000
TOTAL	\$ 9.000.000

Fuente: Elaboración propia (precios de 2015)

2.11 CONTROL Y EVALUACIÓN DEL PLAN DE MERCADO

Se crearán lineamientos efectuados en un cronograma de trabajo, implementado en el Programa de Microsoft Project ® en dónde se plasmarán las actividades propias de la investigación realizando controles semanales de ventas y controles mensuales de las variables externas con el fin de dar un seguimiento al proceso de ejecución y puesta en marcha de las mismas, también se realizará seguimiento a la publicidad, se efectuarán reuniones periódicas del área comercial y semestralmente se hará una evaluación de la empresa con indicadores y así llevar a cabo el respectivo control de avance y posterior evaluación del Plan de Mercado.

2.12 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADOS

- ✚ La encuesta se realizó a una muestra de 96 personas de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Popayán con el propósito de obtener toda la información necesaria para conocer e identificar las preferencias y gustos referentes a los establecimientos que ofrecen comida particular; en este caso comida típica patoja.
- ✚ Las encuestas aplicadas muestran un porcentaje de aceptación definitiva para la implementación del restaurante igual a 40%, seguido de un 48% en el que argumentan posibilidad de visitar el establecimiento. Estos porcentajes indican que los habitantes en gran medida si utilizarían el servicio de restaurante, presentando gran favoritismo respecto a la comida típica de la región.
- ✚ De acuerdo a los datos proyectados por la encuesta, existe la necesidad de un restaurante que reúna todos los platos autóctonos de la región, el cual cumpla con estándares de calidad tanto del producto como del servicio y que tenga espacios cómodos y agradables para el consumidor.
- ✚ En primera instancia se ofrecerán platos típicos de la ciudad de Popayán a propios y visitantes, sin embargo y por los resultados arrojados en la encuesta indicando un porcentaje de 15% se puede inferir que la tienda de artesanías mezclado con excelente atención ofrecida es una buena elección para el crecimiento económico y de posicionamiento para el restaurante ya que permite que los clientes lleven con agrado un recuerdo del establecimiento fomentando la intención de acercar a más personas para visitar las instalaciones.
- ✚ Se plantean estrategias para alcanzar un nivel imperativo del restaurante en la ciudad ya que por medio de ellas se logran los objetivos de posicionamiento y reconocimiento en el sector gastronómico.

CAPITULO III. ESTUDIO TÉCNICO

Permite presentar el diseño físico del restaurante, describiendo cada una de las etapas donde se desarrollará la actividad del proyecto de inversión, permitiendo que se analice cada uno de los componentes del mismo, posición de las instalaciones estructurales, eléctricas, necesidades de esta y sus requerimientos. En este punto se describe el proceso productivo de lo que se pretende desarrollar, su tamaño óptimo, su infraestructura, instalaciones, equipo, mobiliario, su distribución, requerimiento de personal administrativo y operativo y la estimación de costos, como punto determinante de la puesta en marcha y del desarrollo del proyecto.

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

3.1.1 Variables determinantes del tamaño del Proyecto

La descripción de factores condicionantes como el mercado, la financiación, la tecnología y la disponibilidad de insumos, permitirán determinar el tamaño real del Restaurante y a su vez es una guía para los autores para la adecuada implementación del mismo.

3.1.1.1 Dimensión y características del mercado

De acuerdo con el estudio de Mercado y los resultados de la encuesta tenemos que existe una demanda insatisfecha, debido a la alta preferencia de los habitantes, visitantes y transeúntes del centro de la ciudad, por consumir platos típicos ante la poca oferta de establecimientos en el sector.

La gran dinámica y variedad del comercio y de restaurantes en el centro de la ciudad, ha facilitado el incremento y flujo de personas, oportunidad favorable para cautivar nuevos clientes y ganar participación en el mercado frente a la competencia directa e indirecta, por tanto el tamaño está definido por la demanda potencial que arrojó la investigación.

3.1.1.2 Costos de inversión y operación

Los costos de inversión y operación no son determinantes en la capacidad del proyecto, ya que estos pueden ser soportados por los socios y las actividades propias del proyecto.

3.1.1.3 Tecnología

Los diferentes procesos para la preparación de platos típicos y bebidas no poseen gran complejidad, por tal motivo las maquinas, herramientas y utensilios necesarios para el desarrollo de estos procesos son de fácil consecución, así mismo su adquisición se ajustara, teniendo la distribución del capital de la

inversión inicial en los diferentes gastos propios del proyecto, por lo tanto esta variable no es determinante en el tamaño del mismo.

3.1.1.4 Disponibilidad de insumos y materia prima

Con el fin de garantizar el óptimo suministro de alimentos, para la preparación de los diferentes platos, las plazas de mercado de la ciudad de Popayán serán la principal fuente de abastecimiento de estos productos, ya que a diario se están surtiendo por campesinos que vienen de las veredas a vender sus productos.

De igual forma el conocimiento de este mercado potencial ha permitido la relación con empresas de consumo masivo, las cuales facilitarán el aprovisionamiento de insumos y bebidas demostrando que esta variable no influye en la capacidad del proyecto.

3.1.1.5 Localización

La localización no es una variable limitante para el tamaño del proyecto porque existen muchas alternativas para su implementación.

3.1.1.6 Financiamiento del proyecto

La inversión del proyecto proviene de fuentes de financiamiento internas, es decir, que los recursos son asumidos en sumas o partes iguales por los inversionistas del proyecto. Este capital será destinado para la compra de maquinaria, materias primas, insumos y para el alquiler del local para el desarrollo de esta actividad económica, lo cual no impide el tamaño del proyecto.

3.1.2 Capacidad instalada

El tamaño está definido por la demanda potencial que arrojó la investigación de mercado, con un universo de 1.404.592 de cantidad de personas al año, de las cuales un 10% visitarían el restaurante para un total de 140.459 personas al año, mensualmente serían 11.704 y diariamente serían 390 personas, las cuales se atenderían en varios turnos durante el tiempo que permanecería abierto el restaurante.

Debe tenerse en cuenta que el flujo de personas inicialmente en el restaurante no sería de acuerdo a la demanda proyectada, el flujo de personas iría en aumento a medida que el Restaurante se promocioe y sea reconocido su nombre en los habitantes y turistas que visitan la ciudad, igualmente para tener en cuenta futuras ampliaciones si el mercado lo requiere.

Nuestro establecimiento tendrá la capacidad de recibir a 56 personas simultáneamente, como se aprecia en el siguiente cuadro:

Tabla 12. Capacidad del restaurante

Mesas/Capacidad	Sillas	Mesas	Personas
4 personas	4	14	56

Fuente: Propia de la investigación

El horario de atención será de lunes a sábado de 10:00 a 19:00 y domingo de 10:00 a 15:00.

Puestos: En el área del restaurante que es de 214.5 m² se encuentran distribuidos 56 puestos, en 14 mesas de 4 puestos para los clientes del restaurante.

Recurso Humano: Contamos con un equipo de trabajo de 8 personas, el Gerente con un asesor contable, 3 personas distribuidos en el departamento de producción, que serían, el chef y los dos auxiliares de cocina y 4 personas en el departamento de servicio al cliente, un cajero, un jefe de meseros y dos meseros auxiliares.

Recursos físicos: Inicialmente a la casa que se alquila, hay que hacerle una adecuación locativa para ampliar la cocina, crear una bodega y hacer unas modificaciones para la ubicación de las mesas, se requiere inversión en maquinaria y equipo al igual que la compra de muebles y enseres, como son la decoración del restaurante y la compra de las sillas y mesas.

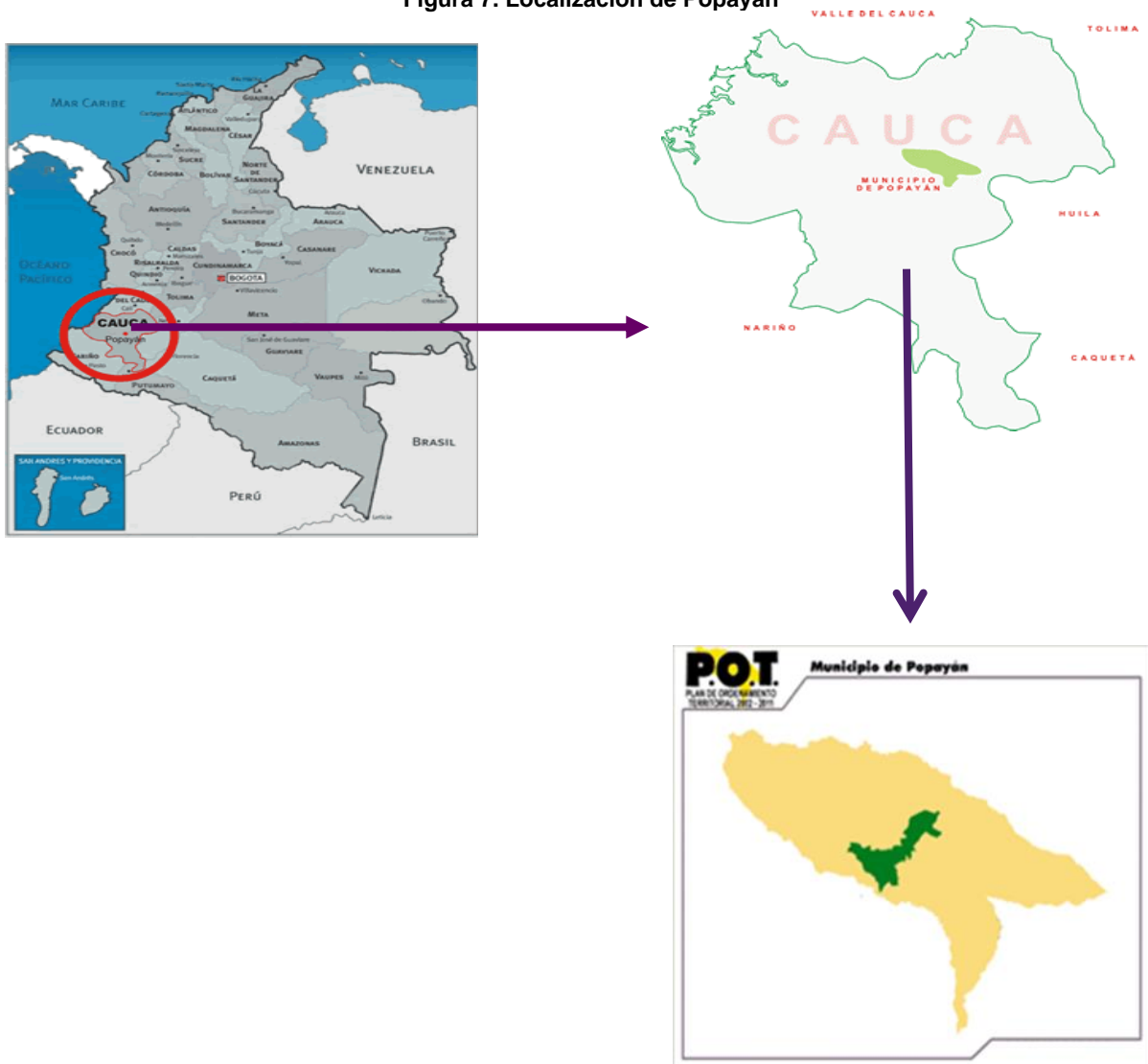
Recursos Tecnológicos: se tiene previsto la compra de un computador e impresora, con su silla, escritorio, archivador y demás implementos de oficina, dotar al restaurante de una alarma, conectada a una empresa de vigilancia, se tiene previsto dotar al local de WiFi gratuito para los visitantes y de una página de internet.

3.2 LOCALIZACIÓN

3.2.1 Macrolocalización

EL Restaurante "CASA PAYANESA" se ubicara en la ciudad de Popayán, capital del departamento del Cauca, localidad escogida teniendo en cuenta un análisis de factores que tienen repercusión significativa:

Figura 7. Localización de Popayán



3.2.2 Microlocalización

El lugar de ubicación para el restaurante se convierte en un factor fundamental a la hora de poner en marcha el establecimiento ya que debe estar ubicado en un lugar estratégico donde sea frecuentado por personas del mercado objetivo, por lo tanto, es necesario que la localización del negocio cumpla con todas las características para lograr el nivel de ventas y reconocimiento proyectado.

Mediante el estudio de mercados realizado a través de la pregunta 15 ¿En qué lugar específico del sector histórico le gustaría que estuviera ubicado el Restaurante? Se obtiene que la mayoría de los encuestados (38%) prefiere que el restaurante se encuentre ubicado cerca del Pueblito Patojo.

Para lograr el punto estratégico más conveniente, se tendrán en cuenta los siguientes factores:

Costo del arrendamiento del local: como el sector está demarcado por los estratos 4 y 5, es importante elegir el local de manera de cumpla con las condiciones requeridas para hacer del restaurante un lugar funcional, agradable y cómodo, buscando minimizar este costo fijo.

Costo de servicios públicos: Por ser un sector turístico los costos de servicios públicos son costosos, pero con las ganancias que se obtengan del restaurante se pueden solventar.

Disponibilidad de vías de acceso: El restaurante de comida típica patoja gozará de una excelente ubicación, con vías de acceso asequibles desplazándose en buses urbanos o en vehículos particulares.

Infraestructura disponible: La casa donde funcionará el restaurante debe tener espacios cómodos, amplios y ventilados adaptables a las necesidades.

Servicios públicos disponibles: Los servicios públicos en este sector son variados.

Presencia de actividades comerciales: El restaurante se ubicará dentro de un sector comercial que permite la producción y comercialización de este tipo de servicios para satisfacer las necesidades y preferencias de los consumidores.

Facilidad de parqueo: Es importante que las personas que visitan el restaurante, tengan la posibilidad de parquear sus vehículos frente al establecimiento o por lo menos cerca de él, siendo necesario considerar este factor en la elección del inmueble.

Disponibilidad de transporte: Existen varias rutas de transporte público que favorecen el acceso al restaurante.

Impacto social: Se considera que el mercado objetivo ofrece una gran margen de aceptación por parte de los clientes potenciales que acudan al lugar ya sea periódicamente u ocasionalmente.

Para seleccionar el lugar o sitio de ubicación estratégico y más conveniente, se recurre al método de localización por puntos ponderado.

Tabla 13. Método de Localización por Puntos Ponderados

FACTOR	PESOS
Costo de arrendamiento del local	0,15
Costo de servicios públicos	0,12
Disponibilidad de vías de acceso	0,10
Infraestructura disponible	0,16

Servicios públicos disponibles	0,08
Presencia de actividades comerciales	0,08
Facilidad de parqueo	0,12
Disponibilidad de transporte	0,09
Impacto social	0,10
TOTAL	1

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 14. Calificación ponderada para la localización óptima del proyecto

FACTOR	PESO	Cerca del Pueblito Patojo		Cerca de la Iglesia La Ermita		Cerca del Teatro Municipal	
		CALIF	TOTAL	CALIF	TOTAL	CALIF	TOTAL
Costo de arrendamiento del local	0,15	3	1,5	1	0,0	2	0,75
Costo de servicios públicos	0,12	3	1,2	1	0,0	2	0,6
Disponibilidad de vías de acceso	0,10	3	1,0	3	1,0	2	0,5
Infraestructura disponible	0,16	2	0,8	2	0,8	1	0,0
Servicios públicos disponibles	0,08	3	0,8	3	0,8	3	0,8
Presencia de actividades comerciales	0,08	2	0,4	3	0,8	2	0,4
Facilidad de parqueo	0,12	2	0,6	2	0,6	2	0,6
Disponibilidad de transporte	0,09	2	0,45	3	0,9	2	0,45
Impacto social	0,10	2	0,5	2	0,5	1	0,0
Total			7,25		5,40		4,1
LUGAR ELEGIDO			7,25				

Fuente: Propia de la investigación

El restaurante va a estar ubicado en el centro histórico de la Ciudad, específicamente en el barrio la Pamba, sobre la carrera 2, cerca al Pueblito Patojo; sitio que presentó más aceptación en las encuestas realizadas, así como también por los resultados en la calificación dada en el anterior método. Este sitio tiene buena afluencia de personas, también este sector permite el parqueo en las calles y se tienen tres (3) parqueaderos en el sector, se ubicaría en arriendo una casa de tipo colonial con detalles antiguos, que sea grande, que permita efectuar una adecuada distribución de los espacios necesarios para la implementación del restaurante.

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.1.3 Producto

Normalmente nuestro plato típico será servido en un plato hondo de barro color negro el cual estará acompañado con una porción de arroz blanco, una porción de ensalada, aguacate y ají, dispuestos en una bandeja con las mismas características del plato hondo.

3.1.3.1 Variedades

Con la variedad de los platos típicos ofrecidos en el restaurante se pretende satisfacer el paladar de los clientes con el toque característico de un lugar que no solo ofrece platos típicos sino la calidad en la atención y buen manejo de los valores así como también los elementos que componen una ambientación y decoración que remembre la tradición de la ciudad blanca.

3.1.3.2 Servicios

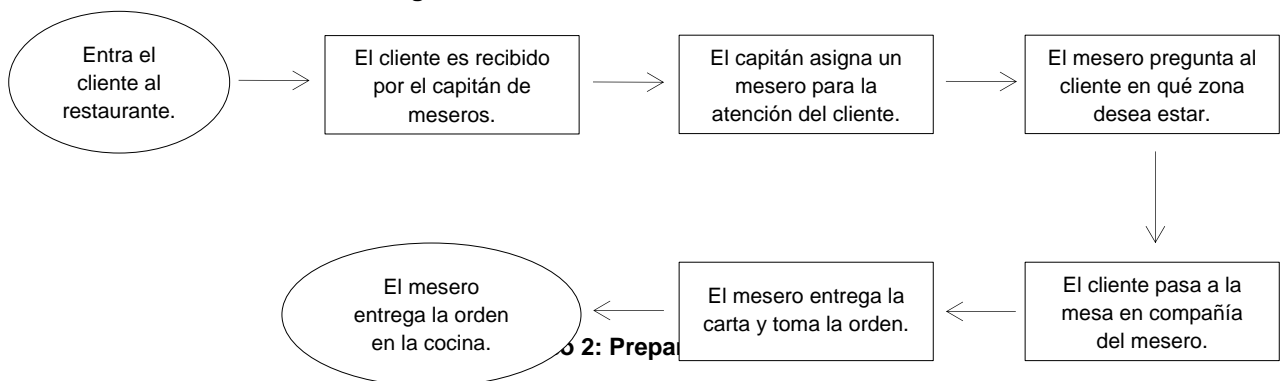
Los servicios prestados en el restaurante se describirán a continuación:

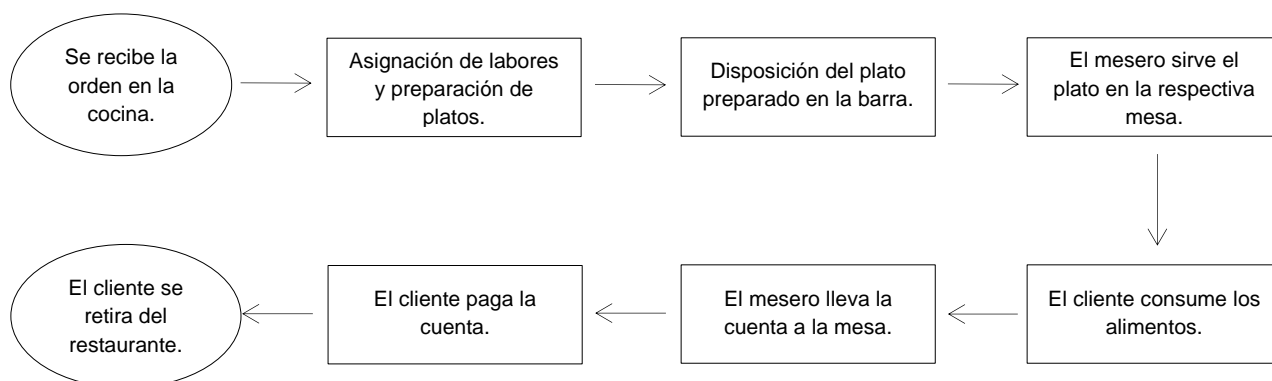
- ✚ **Servicio de parqueadero:** Los clientes podrán parquear sus automóviles libremente en la calle ya que en la zona en la cual se localizará el restaurante por ser sector histórico y por amplitud de su calle está permitido parquearlos ahí.
- ✚ **Servicio de vigilancia:** Como complemento del servicio de parqueadero y teniendo en cuenta que los automóviles se parquearán en la calle, habrá un vigilante que esté a cargo de la seguridad de los mismos.
- ✚ **Tienda de artesanías:** Adicionalmente y tiempo próximo a la ejecución del proyecto se implementará una tienda de artesanías para complementar las atracciones típicas propias del establecimiento.

3.1.4 Procesos

El servicio comienza cuando el cliente llega al restaurante y el capitán de meseros da la bienvenida, asigna a un mesero para que él lo acompañe hasta la mesa, le enseñe la carta, tome el pedido y lo anuncie para su respectiva preparación. El chef se encarga de verificar el pedido y asignar labores a los ayudantes de cocina para que se encarguen de la preparación de los alimentos. Una vez lista la orden se coloca en la barra y se anuncia al mesero con el fin de servir al cliente el respectivo pedido.

Figura 8. Proceso 1: Atención al cliente.





Los puntos clave para que los procesos sean eficientes en el restaurante son:

- ✚ Organización.
- ✚ Trabajo en equipo.
- ✚ Coordinación.
- ✚ Comunicación efectiva.

3.1.5 Equipos

3.1.5.1 Equipos y utensilios de cocina

Tabla 15. Equipos para el proceso de preparación de los platos

INVERSION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Estufa sobreponer	1	3.000.000	3.000.000
Estufa 36 Pulgadas más horno	1	2.800.000	2.800.000
Cuchillo de 6" deshuesador	1	16.000	16.000
Planchas de sobreponer	1	1.300.000	1.300.000
Nevera LG Nevecon	1	4.100.000	4.100.000
Congelador	1	1.800.000	1.800.000
Refrigerador	1	1.200.000	1.200.000
Estantería	5	250.000	1.250.000
Campanas extractoras 1m por 2m	2	250.000	500.000
Mesas de recibo y Clasificación	2	250.000	500.000

Repisas	4	35.000	140.000
Estanterías Cómodas en acero inoxidable	2	180.000	360.000
Carros camarero	1	55.000	55.000
Licadoras para Bar	2	850.000	1.700.000
Cafetera Programable para doce horas	1	560.000	560.000
Tablas en Policarbonato varios colores	6	200.000	1.200.000
Pitadora 13L	1	200.000	200.000
Rallador en acero inoxidable	2	25.000	50.000
Colador inoxidable	2	19.000	38.000
Colador inoxidable	2	15.000	30.000
Chocolatera en aluminio de 2.8 lts	1	18.000	18.000
Bandeja de barro	80	2.000	160.000
Sopero de barro	80	2.000	160.000
Cuchillo para mesa	80	1.900	152.000
Cuchara para mesa	80	3.200	256.000
Cucharilla	80	1.500	120.000
Tenedor	80	3.200	256.000
Vaso de cristal	80	1.000	80.000
Pocillo chocolatero	60	2.000	120.000
Pocillo tintero	20	2.000	40.000
Cucharon manija 2 onzas	3	3.500	10.500
Afilador de cuchillos	2	12.000	24.000
Chaira	1	98.000	98.000
Chaira en acero 35.5 m	1	78.400	78.400
Estuche organizador de nylon negro	1	52.000	52.000
Escurreidor bowl de 34 cm	4	15.000	60.000

Escurreidor bowl de 41 cm	2	18.000	36.000
Espumadera en espiral 15 x 50	2	23.000	46.000
Escurreidor bowl profundo de 34 cm	2	12.500	25.000
Olla en aluminio Recta recortada de 29L	1	95.000	95.000
Caldero fundido natural #22 de 50Lts	1	98.500	98.500
pinza de 41 cm trabajo pesado	2	12.500	25.000
pinza de 41 cm trabajo pesado	2	25.500	51.000
Pinza tijera para ensalada de 24 cm	2	78.500	157.000
Pinza mango plástico 30 cm negro	2	45.800	91.600
Sartén con teflón 30 cm	2	78.000	156.000
Sartén con teflón 35 cm	2	12.000	24.000
Sartén con teflón 20 cm	2	24.000	48.000
Termómetro digital a prueba de agua	1	25.600	25.600
Descorazonador	1	98.000	98.000
Bandeja autoservicio pp 30 x 41.5	3	45.000	135.000
Bandeja autoservicio pp 45.5 x 41.5	2	45.000	90.000
Espátula para hamburguesa con manija	2	12.000	24.000
Espátula delgada de 23 cm	2	15.000	30.000
Colador doble malla e 20 cm	1	12.000	12.000
Colador doble malla reforzado de 23 cm	2	12.300	24.600
Dosificador para licuar de 4 cl	2	15.000	30.000
Descorchador mesero	2	16.000	32.000
Descorchador de alas	2	17.000	34.000
Jarra para espumar 20 oz	2	12.000	24.000
Jarra para agua de 64 oz	3	18.000	54.000
Marcador para pastel de 10 cortes	1	15.000	15.000

Gramera de 8" capacidad de 10 lbs	1	65.000	65.000
Carro transportador de 3 niveles gris	1	97.000	97.000
Vasos para salsas	20	1.500	30.000
Cazuela Mediana Negra	70	4.500	315.000
Bandeja Mediana Negra	70	12.000	840.000
Total Equipos y utensilios de cocina		18.461.900	25.312.200

Fuente: Propia de la investigación

3.1.5.2 Equipos de oficina

Tabla 16. Equipos para oficina

INVERSION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador e Impresora	1	1.300.000	1.300.000
Silla de oficina	1	80.000	80.000
escritorio más archivador	1	200.000	200.000
kit de oficina	1	60.000	60.000
Alarma	1	2.000.000	2.000.000
Papeleras pequeñas	2	8.000	16.000
Caja registradora	1	460.000	460.000
Separadores de basura	1	300.000	300.000
Total Equipo de oficina		4.408.000	4.416.000

Fuente: Propia de la investigación

3.1.5.3 Mobiliario de restaurante

Tabla 17. Mobiliario de restaurante

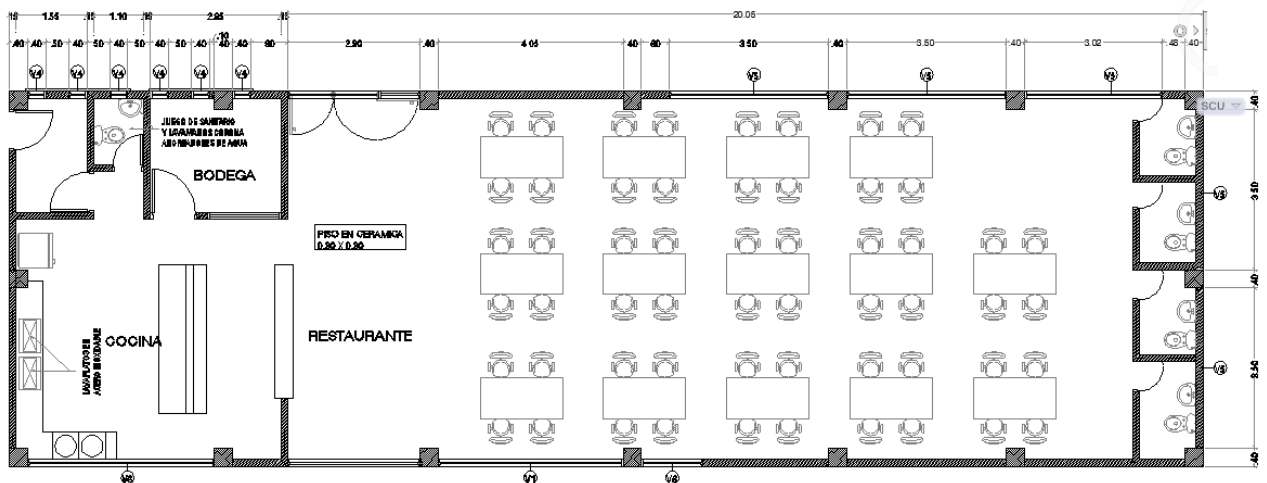
INVERSION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Juego de comedor en madera de 4 puestos	15	300.000	4.500.000
Minicomponente	1	1.200.000	1.200.000
Decoración- Manteles, cuadros, adornos	1	3.000.000	3.000.000
Servilletero	15	3.500	52.500
Candelabros	15	3.000	45.000
Ajicera Negra	15	5.000	75.000
Faroles	15	10.500	157.500
Total Mobiliario de restaurante		4.522.000	9.030.000

Fuente: Propia de la investigación

3.1.6 Distribución de planta

El restaurante cuenta con un área de 214.5 m², a continuación se presenta la distribución de planta del establecimiento:

Figura 10. Diseño de la planta



3.1.6.1 Área y número de mesas

De acuerdo a la demanda establecida en el estudio de mercados se determinó que el número de mesas será 14, esto con el fin de abastecer la cantidad de clientes que ingresen al restaurante. El área de las mesas es igual a 1.62 m² y el área de las sillas es de 0.9 m².

3.1.7 Selección de materia prima e insumos

A continuación se describe la materia prima e insumos necesarios para la elaboración de los platos que se ofrecerán en el restaurante:

+ **Pipián**

- Papa colorada
- Cebolla larga
- Cebolla cabezona
- Achiote
- Pimienta
- Sal
- Maní

+ **Empanadas**

- Almidón de yuca
- Masa de maíz
- Aceite
- Sal

+ **Tamales de pipián**

- Almidón de yuca
- Masa de maíz
- Aceite
- Sal
- Huevos
- Carne de cerdo
- Carne de pollo
- Carne de res
- Hojas de plátano o de achira

+ **Carantanta**

- Maíz blanco

+ **Salpicón payanés**

- Mora
- Lulo
- Guanábana
- Azúcar

+ **Champús - Lulada**

- Maíz blanco
- Panela
- Hojas de naranjo
- Canela y clavos
- Piña

- Lulo
- Limón

Postre Eduardo Santos

- Crema de leche
- Lecha condensada
- Piña
- Cerezas
- Papaya
- Uva
- Higos
- Almendras
- Gelatina sin sabor

Helados de paila

- Mora
- Mango
- Fresa
- Coco
- Azúcar
- Huevos

Chicha de piña – aloja

- Piña

Mantecadas

- Queso
- Yuca
- Azúcar

Cocada

- Coco
- Azúcar o panela
- Esencia de vainilla
- Limón

Liberales

- Leche
- Azúcar
- Canela
- Maicena o arroz molido

Cucas

- Panela
- Harina de trigo

- Huevos
- Mantequilla
- Polvo para hornear
- Bicarbonato de sodio
- Leche
- Canela y clavos

Hojaldras

- Harina de trigo
- Mantequilla
- Huevos
- Azúcar
- Sal
- Naranjas
- Bicarbonato de sodio

Rosquillas

- Harina blanca
- Huevos
- Sal
- Azúcar
- Mantequilla
- Bicarbonato de sodio

Dulce cortado

- Leche
- Azúcar
- Canela
- Maicena o arroz molido

Manjar blanco

- Leche
- Azúcar
- Canela
- Maicena o arroz molido

Sancocho de gallina

- Gallina
- Plátanos verdes
- Yuca
- Papa
- Mazorca de maíz tierno
- Cilantro
- Cebolla larga
- Tomate

- Perejil
- Sal
- Cubitos de caldo de gallina
- Aliños

+ Tripaso de maní

- Callo de res
- Cebolla larga
- Papa
- Maní
- Sal
- Condimentos

+ Ternero

- Ternero
- Maní
- Sal
- Condimentos

+ Papas chorreadas con guiso de maní

- Papa
- Maní
- Cebolla
- Tomate
- Condimentos
- Sal

+ Asaduras

- Morcilla
- Arroz
- Cebolla
- Condimentos
- Bofe
- Hígado
- Aceite
- Sal

Por criterio de un experto en gastronomía local, en un plato típico se utilizan los siguientes insumos con sus respectivas cantidades y precios:

Tabla 18. Sancocho para 50 personas

INGREDIENTES	CANTIDAD	PRECIO	COSTO TOTAL
PLATANO	5 LIBRAS	\$500	\$2.500
PAPA	5 LIBRAS	\$600	\$3.000

YUCA	5 LIBRAS	\$600	\$3.000
ARRACACHA	2 LIBRAS	\$700	\$1.400
POLLO	12,5 POLLOS	\$8.000	\$100.000
CILANTRO	2 LIBRAS	\$500	\$1.000
TOMATE	2 LIBRAS	\$1.000	\$2.000
SAL	1 LIBRA	\$1.000	\$1.000
PIMIENTA	1 LIBRA	\$700	\$700
CUBO DE NORK	5 CUBOS	\$300	\$1.500
CEBOLLA	4 LIBRAS	\$500	\$2.000
COLOR	1 LIBRA	\$1.000	\$1.000
CHOCLO	3 LIBRAS	\$1.000	\$3.000
OTROS ADICIONAL			
ARROZ	10 LIBRAS	\$1.400	\$14.000
AGUACATE	13	\$1.800	\$23.400
ingredientes Ensalada	10 LIBRAS	\$2.800	\$28.000
TOTAL		\$16.400	\$187.500

$$Pv = \frac{\$ 187.500}{50} = \$3.750$$

Pv: Precio de venta

El 42% es el costo de los insumos para preparar un plato de sancocho de gallina, el 58% restante equivaldría al margen de utilidad quedando pendiente de descontar los gastos fijos y los gastos de administración.

3.1.8 Recursos humanos

3.1.8.1 Personal Técnico

En aras de conformar un equipo de trabajo eficiente, con capacidades, motivaciones y compromiso con la calidad del servicio ofrecido en el restaurante se presentan los siguientes cargos de personal técnico:

CAPITAN DE MESEROS

El capitán de meseros estará encargado de:

- Revisión del montaje de las mesas y decoración del restaurante.
- Revisión de las técnicas que utilizan los meseros al dar el servicio al cliente.
- Recepción y ubicación a los clientes.

- Supervisión y control del personal de servicio.
- Apoyo al personal de servicio en horas pico.
- Realización de los horarios de trabajo de los meseros.
- Desarrollo de un servicio óptimo para satisfacer a los clientes.
- Control de la calidad de los alimentos y bebidas del local.

Perfil del capitán de meseros

- Debe caracterizarse por ser una persona proactiva y con vocación de servicio al cliente.
- Experiencia en cargos similares.

MESEROS

Se encargarán de prestar eficiente y oportunamente el servicio en el área de servicios del restaurante, de acuerdo con los estándares establecidos para su labor y anticipándose a las necesidades del cliente para su completa satisfacción.

Las funciones del mesero son:

- Control de la limpieza del área de servicio del restaurante
- Atención a los clientes.
- Sugerir las diferentes opciones de la carta.
- Recepción de los pedidos.
- Entrega de la cuenta.
- Recepción de sugerencias y quejas de los clientes.
- Conocimiento cabal de la estructura organizacional de la empresa.
- Retiro de la vajilla.
- Información al cliente de nuestros productos y servicios.
- Demostración de amabilidad y cordialidad ante el cliente.
- Proactivo y con vocación de servicio al cliente.

Perfil de los meseros

- Deben caracterizarse por ser personas proactivas y con vocación de servicio al cliente.
- Trabajar bajo presión.
- Actitud de servicio.
- Experiencia en cargos similares.
- Conocimientos del idioma inglés

CHEF

El chef realizará lo siguiente

- Planificación, organización, dirección y control de los procesos de cocina.
- Adquisición proveedores de alimentos y bebidas
- Realización de las compras
- Supervisión constante de las secciones de la cocina
- Realización de programas de capacitación constante.
- Creación de la carta de menús del establecimiento.
- Control del costo de alimentos y bebidas
- Realización de ingeniería de menús periódicamente.
- Elaboración, costeo y estandarización de las recetas del restaurante.
- Organización la personal de cocina y sus secciones.
- Elaboración de los horarios de trabajo
- Listado de las requisiciones de alimentos para cada día.
- Apoyo constante al personal de cocina.
- Control de los estándares calidad de los alimentos.
- Elaboración de los platos, menús, hoja de costos para cada recta.
- Pedidos de materias primas e insumos APRA elaborar los platos.
- Supervisión de los tiempos establecidos en la preparación de los alimentos.

Perfil del chef

- Debe caracterizarse por ser una persona proactiva y creativa.
- Estudios en gastronomía.
- Conocimiento del idioma inglés.
- Trabajar bajo presión.
- Actitud de servicio.
- Buenas relaciones interpersonales.

AYUDANTE DE COCINA

Es la persona encargada de la preparación de alimentos y tiene coordinación con el Chef sobre la preparación de platos, limpieza del área y demás funciones que se detallan a continuación:

Las funciones del ayudante son:

- Apoyo en la preparación de los diferentes platos.
- Limpieza perfecta del área de cocina, y demás utensilios que se utilicen.
- Realización de la preparación del mise en place.
- Apoyo en las tareas de Bodega.
- Almacena los sobrantes.

- Mantiene muy buena comunicación y coordinación con el área de servicio.

Perfil del Ayudante Cocina

- Estudios en gastronomía.
- Buena presencia.
- Trabajar bajo presión.

3.1.8.2 Costos de nómina personal técnico

Tabla 19. Presupuesto personal técnico

PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA			
CARGO	SALARIO	Subsidio Transporte	Total Devengado
JEFE DE MESEROS	\$1.200.000	\$77.700	\$1.277.700
MESERO 1	\$1.000.000	\$77.700	\$1.077.700
MESERO 2	\$1.000.000	\$77.700	\$1.077.700
CHEF	\$1.500.000	\$77.700	\$1.577.700
AYUDANTE COCINA 1	\$900.000	\$77.700	\$977.700
AYUDANTE COCINA 2	\$900.000	\$77.700	\$977.700
Totales Mensuales	\$6.500.000	\$466.200	\$6.966.200
Totales Anuales	\$78.000.000	\$5.594.400	\$83.594.400

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 20. Prestaciones sociales presupuesto personal técnico

CARGO	Cesantía	Intereses Cesantía	Prima Servicios	Vacaciones	Aportes Parafiscales	Pensión	salud	ARL	Total Mensual	Total Anual
	8,33%	1%	8,33%	4,17%	9%	16%	12,50%	1%		
JEFE MESEROS	\$99.960	\$12.000	\$99.960	\$50.040	\$108.000	\$192.000	\$150.000	\$12.000	\$723.960	\$8.687.520
MESERO 1	\$83.300	\$10.000	\$83.300	\$41.700	\$90.000	\$160.000	\$125.000	\$10.000	\$603.300	\$7.239.600
MESERO 2	\$83.300	\$10.000	\$83.300	\$41.700	\$90.000	\$160.000	\$125.000	\$10.000	\$603.300	\$7.239.600
CHEF	\$124.950	\$15.000	\$124.950	\$62.550	\$135.000	\$240.000	\$187.500	\$15.000	\$904.950	\$10.859.400
AYUDANTE COCINA 1	\$74.970	\$9.000	\$74.970	\$37.530	\$81.000	\$144.000	\$112.500	\$9.000	\$542.970	\$6.515.640
AYUDANTE COCINA 2	\$74.970	\$9.000	\$74.970	\$37.530	\$81.000	\$144.000	\$112.500	\$9.000	\$542.970	\$6.515.640
Totales Mensuales	\$541.450	\$65.000	\$541.450	\$271.050	\$585.000	\$1.040.000	\$812.500	\$65.000	\$3.921.450	\$47.057.400
Totales Anuales	\$6.497.400	\$780.000	\$6.497.400	\$3.252.600	\$7.020.000	\$12.480.000	\$9.750.000	\$780.000	\$47.057.400	

Fuente: Propia de la investigación

3.1.8.3 Ambiente y decoración

✚ Fachada externa

El color de la parte externa de las paredes será de color crema, sus puertas y ventanas serán de madera color café con toques coloniales.

Estas características son representativas de la ciudad, las cuales presentan en su hegemonía la historia de la colonia y su tradición considerándose un lugar propicio para recordar la historia de nuestra patria.

✚ Fachada interna

En la decoración interna se colocarán mesas con toques coloniales, cuadros que remonten la historia de Popayán y elementos de antaño.

El piso será de baldosa antideslizante color madera, las paredes serán de color crema con café.

La luz será con lámparas en la pared junto a las mesas y en el techo.

Las mesas y sillas serán de madera rústica.

La mantelería será de color blanco con manteles de colores de los indígenas en el medio y las servilletas de tela de color amarillo, tomate y verde.

El techo con vigas de madera.

3.4 PROGRAMA PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO

El programa para la ejecución del proyecto se centra en la planeación y programación de las actividades necesarias para la etapa de inversión y operación del proyecto.

3.4.1 Actividades necesarias, estimación de tiempo y programación.

Para nuestro proyecto las diferentes actividades se distribuyen en las etapas preoperativa, operativa, labores de preparación y puesta en funcionamiento, las cuales se ilustran con el Diagrama de Gantt:

Tabla 21. Cronograma de actividades

ORD.	ACTIVIDAD	PREC.	DUR.	AÑO 1													
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
	ETAPA PREOPERATIVA																
A	ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD Y FACTIBILIDAD			X	X	X											
B	CONSTITUCION DE LA SOCIEDAD Y APOORTE DE CAPITAL	A	1				X										
C	PAGO DERECHOS DE MATRICULA Y DEMAS REGISTROS	B	1				X										
D	OBTENCION DEL RUT	B	1				X										
F	REGISTRO DE LIBROS Y SOLICITUD DEL PERMISO PARA FACTURAR	B	1				X										
E	ARRENDAMIENTO DE LA CASA	A	1					X									
F	PERMISOS SECRETARIA DE HACIENDA Y BOMBEROS	A	1					X									
G	PERMISO SAYCO Y ACINPRO	A	1					X									
H	REPARACIONES LOCATIVAS	F	2					X	X								
I	VINCULACION DE PERSONAL ADMINISTRATIVO	B	1					X									
J	COMPRA DE MAQUINARIA Y EQUIPO	G	1					X									
K	COMPRA DE MUEBLES Y ENSERES	G	1					X									
L	COMPRA DE EQUIPO DE OFICINA	G	1					X									
M	VINCULACION DE PERSONAL OPERATIVO	J	2						X	X							
N	CAPACITACION DEL PERSONAL	J, N	1							X							
O	COMPRA DE AVISO DEL RESTAURANTE Y SEÑALIZACION INTERNA - PUBLICIDAD	F	1						X								
P	UBICACIÓN Y CONTACTO DE PROVEEDORES	M, N	2						X	X							
Q	INSTALACION E IMPLEMENTACION DE LA COCINA Y CUARTO DE BODEGA	N	2						X	X							
R	DISTRIBUCION EN EL LOCAL DE LOS MUEBLES Y ENSERES	N	1							X							
S	UBICACIÓN E INSTALACION DE LOS EQUIPOS DE OFICINA	N	1							X							

T	CONTRATACION EMPRESA DE VIGILANCIA	P	1							X				
U	PAGO DE PAUTAS PUBLICITARIAS EN REDES SOCIALES, INTERNET Y RADIO LOCAL	P	1							X				
V	INSTALACION DEL AVISO Y SEÑALIZACION INTERNA	P	1							X				
	COMPRA DE INSUMOS, MATERIA PRIMAS Y BEBIDAS	P	1							X				

Fuente: Propia de la investigación

La duración para el montaje del proyecto es igual a 7 meses.

3.4.2 Gastos de la ejecución del Proyecto

3.4.2.1 Gastos preoperativos de la fase de preinversión.

Tabla 22. Gastos preoperativos de la fase de preinversión

ORD.	ACTIVIDAD	COSTO
	ETAPA PREOPERATIVA	
1	ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD Y FACTIBILIDAD	\$500.000
2	CONSTITUCION DE LA SOCIEDAD Y APOORTE DE CAPITAL	\$36.000
3	PAGO DERECHOS DE MATRICULA Y DEMAS REGISTROS	\$140.000
4	ARRENDAMIENTO DE LA CASA	\$6.000.000
5	PERMISOS SECRETARIA DE HACIENDA Y BOMBEROS	\$150.000
6	PERMISO SAYCO Y ACINPRO	\$60.000
7	REPARACIONES LOCATIVAS	\$8.000.000
8	COMPRA DE MAQUINARIA Y EQUIPO	\$25.312.200
9	COMPRA DE MUEBLES Y ENSERES	\$9.030.000
10	COMPRA DE EQUIPO DE OFICINA	\$4.416.000
11	CAPACITACION DEL PERSONAL	\$200.000
12	COMPRA DE AVISO DEL RESTAURANTE Y SEÑALIZACION INTERNA - PUBLICIDAD	\$2.000.000
13	INSTALACION E IMPLEMENTACION DE LA COCINA Y CUARTO DE BODEGA	\$200.000

14	CONTRATACION EMPRESA DE VIGILANCIA	\$200.000
15	PAGO DE PAUTAS PUBLICITARIAS EN REDES SOCIALES, INTERNET Y RADIO LOCAL	\$1.000.000
16	INSTALACION DEL AVISO Y SEÑALIZACION INTERNA	\$100.000
17	COMPRA DE INSUMOS, MATERIA PRIMAS Y BEBIDAS	\$43.304.800
	TOTAL	\$100.649.000

Fuente: Propia de la investigación

3.5 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TÉCNICO

- ✚ El restaurante estará diseñado para atender 390 personas diariamente.
- ✚ El restaurante contará con 14 mesas de 4 puestos cada una para su servicio.
- ✚ El restaurante contará con un capitán de meseros, dos meseros, un chef y dos ayudantes de cocina.
- ✚ El restaurante estará ubicado en el sector histórico, específicamente el barrio La Pamba.
- ✚ El montaje del restaurante tendrá una duración de 7 meses.

CAPITULO IV. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

El estudio administrativo de nuestro proyecto comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a operar la unidad empresarial como paso previo a la definición del tipo de empresa que se va a constituir, además de la aplicación de conocimientos que sirvan para el óptimo funcionamiento y su desempeño. El estudio administrativo es una parte fundamental de la investigación, debido a que a través de éste se pueden determinar las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas de la implementación del restaurante.

Uno de los elementos importantes del estudio administrativo es la implementación de una excelente planeación estratégica, debido a que la empresa irá dirigida a los objetivos y metas que se establezcan previamente. Por ello es importante una buena planeación y ejecución de estrategias que puedan generar óptimos resultados para la organización.

4.1 FASE DE PREINVERSIÓN

En esta fase se efectuaron todos los estudios de pre factibilidad y factibilidad del proyecto, necesarios para la toma de decisión, tales como los procesos de identificación, selección, formulación y evaluación del proyecto, los cuales se encuentran en el capítulo 1 de generalidades

4.2 FASE DE INVERSIÓN

Dentro de nuestro proyecto en la fase de inversión se realiza la movilización de recursos tanto humanos, como de recursos financieros y físicos, con el objetivo de garantizar el cumplimiento del objetivo del restaurante. En esta fase se hacen inversiones en activos fijos, activos tangibles, activos intangibles, lógicamente con el aporte de capital de cada uno de los tres socios.

4.2.1 Constitución legal

A través del estudio legal se determinaran los pasos y requisitos necesarios para la constitución y el adecuado funcionamiento del restaurante. Además se conocerán las normas y prohibiciones que puedan afectar directa o indirectamente el desempeño del objeto social de la empresa.

El restaurante será una organización comercial con ánimo de lucro con responsabilidad limitada, en donde los socios son tres (Art. 356 C. de Co). El capital estará dividido en tres cuotas de igual valor (Art. 354 C de Co.) Y la razón social estará seguida de la palabra Limitada o de su abreviatura Ltda. (Art. 357 C de Co).

4.2.1.1 Descripción de requisitos legales

A continuación se relacionan los pasos que se deben seguir para la constitución y formalización del Restaurante:

- ✚ Consulta del nombre o razón social: La consulta se realiza directa y personalmente en la página web de la Cámara de Comercio de Popayán, esto con el fin de que no exista el nombre de la empresa o negocio que se va a constituir.
- ✚ Consulta de los códigos de Actividad Económica, según resolución 00139 de Noviembre 21 de 2012, cuyo código que le corresponde es el No. 5611 denominado Expendio a la mesa de comidas preparadas.
- ✚ Elaboración de la Escritura Pública: La constitución formal estará soportada por los estatutos consignados en el acta de constitución. Aunque cabe aclarar que debido a que ninguno de los socios aporta bienes raíces la escritura pública puede ser reemplazado por un documento privado con firmas autenticadas en una notaría de la ciudad.
- ✚ Pago de derechos de matrícula y demás registros: En la sede de la cámara de comercio de Popayán, cuyas de tarifas varían según el monto de la Inversión. Para esta sociedad deben asumirse costos de matrícula y de registro: entre los cuales tenemos la Constitución de Sociedad, Impuesto de Registro y matrícula, Registro de Formularios.
- ✚ Verificación de la matrícula de la persona jurídica y obtención del Rut en las oficinas de la Dirección de Impuestos Nacionales y registro como contribuyente del Régimen simplificado.
- ✚ Registro de Libros y Solicitud del permiso para facturar: Por ser una empresa de carácter limitada, se deben registrar los libros mayores, inventarios, balance y diario, junto con el libro de actas correspondiente y solicitar la resolución para facturar ante la DIAN.
- ✚ Arrendamiento de la Casa: La formalización del arrendamiento del local comercial que tendrá una ubicación en el barrio la Pamba de esta ciudad, se suscribirá con el dueño del bien inmueble y el representante legal de la sociedad.
- ✚ Gestión ante otras Entidades:
Secretaría de Gobierno: Ante esta entidad es solicitado el permiso de horario. Cuerpo oficial de Bomberos: A través de esta entidad se solicitó la visita para la revisión técnica de seguridad en espacios o sitios públicos.

- ✚ Corporación Sayco y Acinpro: Ante esta entidad se debe solicitar la visita correspondiente para la adecuada liquidación y su posterior pago por el concepto de derechos de autor.
- ✚ Cuerpo Policial: Conocer y cumplir a cabalidad las normas relacionadas con el objeto social de la empresa.

4.2.1.2 Personal Administrativo

En aras de conformar un equipo de trabajo eficiente, con capacidades, motivaciones y compromiso con la calidad del servicio ofrecido en el restaurante se presentan los siguientes cargos de personal administrativo:

✚ GERENTE

Las funciones del gerente en el restaurante son: planear, coordinar, dirigir y controlar el flujo de caja del negocio y estar a cargo de las funciones de los empleados del restaurante; además, será el responsable en la toma de decisiones en la misma. Es la persona encargada de planear las diferentes estrategias que se ejecutarán.

Perfil del gerente

- Administrador de empresas, con experiencia en administración hotelera.
- Debe caracterizarse por ser una persona deseosa de liderar y trabajar en grupo, con grandes dosis de iniciativa y gran sentido de la responsabilidad.
- Contar con buena presencia.

✚ CAJERA

Las funciones de la cajera son:

- Elaborar las facturas correspondientes al consumo de los platos realizado por los clientes.
- Cobrar y recibir el valor facturado de los platos consumidos.
- Llevar registro y control sobre las ventas realizadas diariamente.
- Presentar balance general de las ventas a la gerencia.

Perfil de la cajera

- Contadora, con conocimientos en el área de Microsoft office tales como Word y Excel así como también en programas de contabilidad.
- Debe caracterizarse por ser una persona amable, excelentes relaciones personales, proactiva y con vocación de servicio al cliente.

4.2.1.3 Costos de constitución legal

Pago de derechos de matrícula y demás registros: En las diferentes sedes de la cámara de comercio de Popayán está disponible la tabla de tarifas según el monto de la Inversión. Para nuestra sociedad, el costo de matrícula y registros correspondientes fueron:

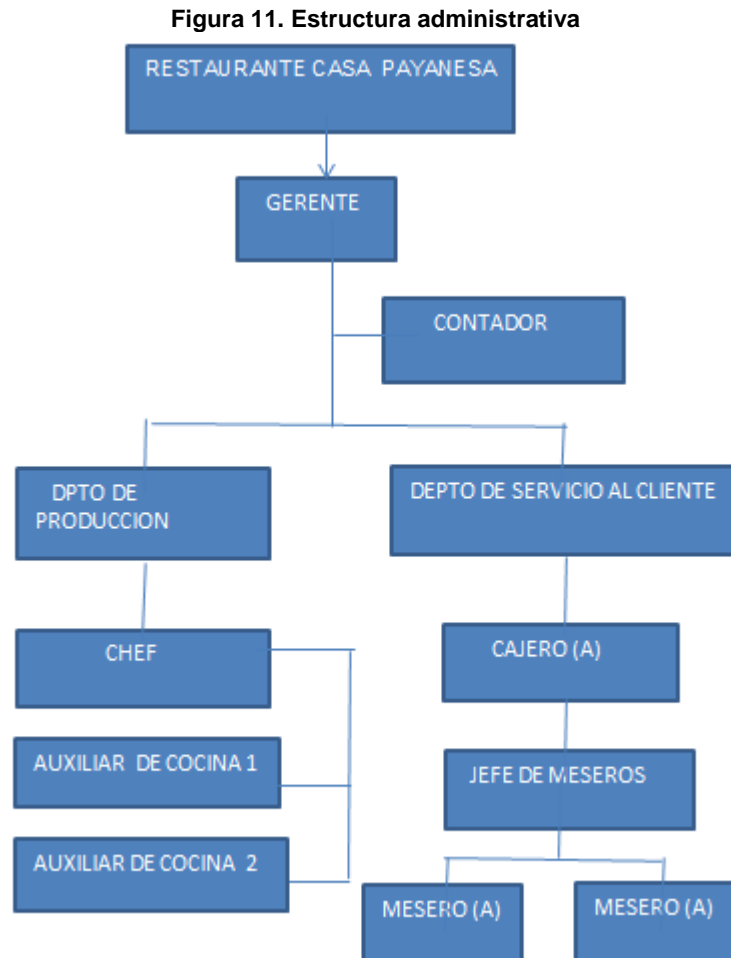
Constitución de Sociedad \$ 36.000

Impuesto de Registro \$ 77.000

Matricula \$ 140.000

Registro de Formularios \$ 4.800

4.2.2 Estructura administrativa



4.2.3 Costo de nómina personal administrativo

Tabla 23. Presupuesto personal administrativo

PRESUPUESTO NOMINA ADMINISTRATIVA			
CARGO	SALARIO	Subsidio Transporte	Total Devengado
GERENTE	\$2.000.000	\$0	\$2.000.000
CAJERA	\$1.000.000	\$77.700	\$1.077.700
Totales Mensuales	\$3.000.000	\$77.700	\$3.077.700
Totales Anuales	\$36.000.000	\$932.400	\$36.932.400

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 24. Prestaciones sociales presupuesto personal administrativo

CARGO	Cesantía	Intereses Cesantía	Prima Servicios	Vacaciones	Aportes Parafiscales	Pensión	salud	ARL	Total Mensual	Total Anual
	8,33%	1%	8,33%	4,17%	9%	16%	12,50%	1%		
GERENTE	\$166.600	\$20.000	\$166.600	\$83.400	\$180.000	\$320.000	\$250.000	\$20.000	\$1.206.600	\$14.479.200
CAJERA	\$83.300	\$10.000	\$83.300	\$41.700	\$90.000	\$160.000	\$125.000	\$10.000	\$603.300	\$7.239.600
Totales Mensuales	\$249.900	\$30.000	\$249.900	\$125.100	\$270.000	\$480.000	\$375.000	\$30.000	\$1.809.900	\$21.718.800
Totales Anuales	\$2.998.800	\$360.000	\$2.998.800	\$1.501.200	\$3.240.000	\$5.760.000	\$4.500.000	\$360.000	\$21.718.800	

Fuente: Propia de la investigación

4.3 FASE OPERACIONAL

4.3.1 Estructura Administrativa

4.3.1.1 Filosofía organizacional

La filosofía organizacional como su nombre lo dice es la organización basada en los valores éticos de la empresa, influye en lograr que el trabajador siga y crea con firmeza en los valores de la empresa y a su vez los practique, lo que ayuda al desarrollo del Restaurante.

4.3.1.1.1 Misión

Casa Payanesa prepara y comercializa platos típicos de la ciudad de Popayán con estándares de alta calidad para el deleite de los ciudadanos y visitantes, empleando el talento humano y la tecnología necesaria, contribuyendo a un reconocimiento e impacto positivo en la región.

4.3.1.1.2 Visión

Casa Payanesa será la empresa líder en la preparación y comercialización de comida típica patoja en la ciudad de Popayán, distinguiéndose por la calidad de sus alimentos, sabores y comodidad para el goce de propios y visitantes.

4.3.1.1.3 Principios y Valores

- + Respeto y buen trato con los clientes y empleados.
- + Responsabilidad en la utilización de alimentos para la preparación de los platos.
- + Total atención a peticiones de clientes y empleados.
- + Honestidad y entusiasmo para el desarrollo de las actividades en un armónico ambiente laboral.
- + Sentido de pertenencia por la ciudad de Popayán contribuyendo al mejoramiento de la economía regional y crecimiento social.

4.3.2 Matriz DOFA

Para este estudio se obtuvieron variables internas y externas, donde se detalla la situación como empresa, siendo estas piezas importantes y claves, las cuales deben ser abordadas para la planificación estratégica y así lograr el desarrollo y funcionamiento adecuado del restaurante Casa Payanesa.

A partir de dichas variables internas y externas obtenidas, se presentará a continuación la matriz DOFA.

DEBILIDADES

- + Presupuesto limitado en publicidad y mercadeo que impida el reconocimiento.
- + Poca experiencia en mercadeo directo.
- + Nuevo restaurante sin experiencia en nacer como otra alternativa.
- + El restaurante no cuenta con parqueadero propio y cerca no hay parqueaderos públicos. Los clientes deben de parquear en la calle y el espacio es muy limitado.

OPORTUNIDADES

- + Los competidores locales no tienen exclusividad y algunas veces son de baja calidad.
- + Se podrían lograr mejores acuerdos con los proveedores.
- + Se pueden ofrecer mediante una tienda, productos alimenticios terminados y artesanías locales y eventualmente se puede ir ampliando el menú de platos.
- + Los restaurantes generan muchos empleos directos e incentivan la producción local de productos comestibles.

- ✚ Ofrecer al mercado innovación al presentar en un solo sitio comida exclusiva de la región.
- ✚ Existe una interesante demanda de consumidores que cumplen con el nicho de mercado establecido para el restaurante, debido a que la ubicación es en un sitio histórico y estratégico de la ciudad.

AMENAZAS

- ✚ La demanda del mercado es muy estacional.
- ✚ Alta competencia en el sector de restaurantes a precios bajos debido a un mercado local de estudiantes y personas que laboran en el centro de la ciudad.
- ✚ Variabilidad en factores ambientales, económicos, políticos, sociales y culturales.
- ✚ Tienen más demanda los restaurantes de comida tipo ejecutivo que los restaurantes de menú especializado.
- ✚ Sigue siendo un problema la consecución de proveedores y distribuidores de los productos necesarios para el desarrollo del menú y de la tienda.
- ✚ Pérdida del poder adquisitivo de la población.
- ✚ Problemas de orden público (guerrilla, cierre de vías) trayendo como consecuencia poca afluencia de turistas a la ciudad.
- ✚ Informalidad en el sector que genera competencia desleal.
- ✚ Vulnerabilidad ante competidores ya posicionados en la ciudad.
- ✚ Falta de conocimiento de los consumidores hacia el nuevo restaurante.
- ✚ Dificultad en la creación de una cultura de alimentación de lo tradicional.

FORTALEZAS

- ✚ El modelo que planteamos es innovador al nacer como un sitio netamente típico al ofrecer platos y productos de la región.
- ✚ Integración gastronómica regional y cultural en un mismo espacio.
- ✚ Popayán y sus alrededores es una ciudad de diversas gastronomías locales, por lo cual integrarlas en un solo lugar es un PLUS.
- ✚ Excelente proyección laboral para los empleados.
- ✚ Planes de responsabilidad social hacia el medio ambiente y el ámbito social.
- ✚ La preparación, sabor y presentación de los alimentos será propio de la región.
- ✚ Precios asequibles para los consumidores teniendo presente la integración de la gastronomía local y el factor diferenciador.
- ✚ Exclusividad al ofrecer a los consumidores un sitio con un ambiente regional típico a través de la ambientación, su comida y el personal del establecimiento.
- ✚ Costos bajos para la elaboración de los platos.
- ✚ Los márgenes de ganancia pueden ser importantes.
- ✚ Amplio portafolio de servicios del restaurante.

4.3.3 Costos de nómina total

Tabla 25. Presupuesto mano de obra total

PRESUPUESTO MANO DE OBRA TOTAL			
CARGO	SALARIO	Subsidio Transporte	Total Devengado
GERENTE	\$2.000.000		\$2.000.000
CAJERA	\$1.000.000	\$77.700	\$1.077.700
CAPITAN DE MESEROS	\$1.200.000	\$77.700	\$1.277.700
MESERO 1	\$1.000.000	\$77.700	\$1.077.700
MESERO 2	\$1.000.000	\$77.700	\$1.077.700
CHEF	\$1.500.000	\$77.700	\$1.577.700
AYUDANTE COCINA 1	\$900.000	\$77.700	\$977.700
AYUDANTE COCINA 2	\$900.000	\$77.700	\$977.700
Totales Mensuales	\$9.500.000	\$543.900	\$10.043.900
Totales Anuales	\$114.000.000	\$6.526.800	\$120.526.800

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 26. Prestaciones sociales presupuesto mano de obra total

CARGO	Cesantía	Intereses Cesantía	Prima Servicios	Vacaciones	Aportes Parafiscales	Pensión	salud	ARL	Total Mensual	Total Anual
	8,33%	1%	8,33%	4,17%	9%	16%	12,50%	1%		
GERENTE	\$166.600	\$20.000	\$166.600	\$83.400	\$180.000	\$320.000	\$250.000	\$20.000	\$1.206.600	\$14.479.200
CAJERA	\$83.300	\$10.000	\$83.300	\$41.700	\$90.000	\$160.000	\$125.000	\$10.000	\$603.300	\$7.239.600
CAPITAN MESEROS	\$99.960	\$12.000	\$99.960	\$50.040	\$108.000	\$192.000	\$150.000	\$12.000	\$723.960	\$8.687.520
MESERO 1	\$83.300	\$10.000	\$83.300	\$41.700	\$90.000	\$160.000	\$125.000	\$10.000	\$603.300	\$7.239.600
MESERO 2	\$83.300	\$10.000	\$83.300	\$41.700	\$90.000	\$160.000	\$125.000	\$10.000	\$603.300	\$7.239.600
CHEF	\$124.950	\$15.000	\$124.950	\$62.550	\$135.000	\$240.000	\$187.500	\$15.000	\$904.950	\$10.859.400
AYUDANTE COCINA 1	\$74.970	\$9.000	\$74.970	\$37.530	\$81.000	\$144.000	\$112.500	\$9.000	\$542.970	\$6.515.640
AYUDANTE COCINA 2	\$74.970	\$9.000	\$74.970	\$37.530	\$81.000	\$144.000	\$112.500	\$9.000	\$542.970	\$6.515.640
Totales Mensuales	\$791.350	\$95.000	\$791.350	\$396.150	\$855.000	1.520.000	\$1.187.500	\$95.000	\$5.731.350	\$68.776.200
Totales Anuales	\$9.496.200	\$1.140.000	\$9.496.200	\$4.753.800	10.260.000	18.240.000	\$14.250.000	\$1.140.000	\$68.776.200	

Fuente: Propia de la investigación

4.3.4 Costos de muebles y equipo de oficina

La selección de los implementos y equipo necesarios para la operatividad del proyecto es de gran importancia, puesto que de ellos depende la buena elaboración de los productos y la excelente prestación del servicio. Por ello se

deben obtener los equipos de buena calidad, con una facilidad para transportar, operar y limpiar. Debe brindar facilidades para el mantenimiento y seguridad para el ambiente en que se encuentre.

A continuación se describe detalladamente la maquinaria y equipo necesario para la ejecución del proyecto:

Tabla 27. Costos totales equipos, utensilios, muebles y enseres del restaurante

INVERSION	VALOR TOTAL
Subtotal Equipos y utensilios de cocina	\$25.312.200
Subtotal Mobiliario de restaurante	\$9.030.000
Subtotal Equipo de oficina	\$4.416.000
Total Inversión en Activos Depreciables	\$38.758.200

Fuente: Propia de la investigación

4.4 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

- ✚ El restaurante será una organización constituida como una Sociedad Anónima con ánimo de lucro.
- ✚ La empresa contará con una filosofía organizacional, con su visión, misión y principios que guiarán el actuar del talento humano que la integra, las cuales brindarán principalmente al cliente un servicio de excelente calidad y al trabajador un amigable ambiente laboral.
- ✚ En el área administrativa se contará con un gerente el cual se encargará de la administración del restaurante y una cajera que llevará el control de las ventas diarias.
- ✚ El restaurante dispondrá de una nómina mensual igual a \$10.043.900,00.

CAPITULO V. ESTUDIO FINANCIERO

Consiste en realizar un estudio contable-financiero, para determinar la viabilidad financiera, desde el punto de vista de los inversionistas.

5.1 INVERSIONES EN EL PROYECTO

Las inversiones del proyecto para la implementación del restaurante Casa Payanesa, están constituidas por las inversiones en activos fijos, como son la maquinaria y equipos y en gastos pre operativos

5.1.1 Inversiones Fijas

Las inversiones en Planta no se llevaran a cabo, por cuanto se utilizará la modalidad de arrendamiento del local en donde funcionará el restaurante.

Las inversiones para el año 2016 ascienden a \$8.758.200, monto del cual tienen mayor peso la maquinaria y Equipo, en la compra de electrodomésticos destinados a la Cocina y bodega.

Tabla 28. Inversiones Fijas

RUBRO	MONTO (\$)
Maquinaria y Equipo	\$25.312.200
Muebles y Enseres	\$9.030.000
Equipo de Oficina	\$4.416.000
Total	\$38.758.200

Fuente: Propia de la investigación

5.1.2 Gastos preoperativos

Tabla 29. Gastos Preoperativos

Constitución de la Sociedad y aporte de Capital	\$36.000
Pago derechos de matrícula y demás registros	\$140.000
Arrendamiento de la casa - Mes quinto y sexto canon \$ 3.000.000 mes	\$6.000.000
Permisos Secretaria de Hacienda y Bomberos	\$150.000
Permiso Sayco y Acinpro	\$60.000
Capacitación del personal	\$200.000
Adecuaciones Locativas	\$4.000.000

Compra de aviso del restaurante y señalización interna - publicidad	\$1.500.000
Instalación e implementación de la cocina y cuarto de bodega	\$200.000
Contratación empresa de vigilancia	\$200.000
Pago de pautas publicitarias en redes sociales-radio local - panfletos	\$1.500.000
Instalación del aviso y señalización interna	\$100.000
Dotación empleados	\$770.000
Total	\$14.856.000

Fuente: Propia de la investigación

5.2 FINANCIACIÓN DEL PROYECTO

En este punto se hace claridad sobre las fuentes financieras del proyecto, las cuales pueden ser internas como entrega de activos u aportes sociales, o ser externas provenientes exclusivamente de recursos crediticios del sector bancario puesto que el restaurante no puede emitir acciones.

5.2.1 Programación De Los Aportes De Capital

Los tres socios del restaurante aportaran de sus propios recursos el capital necesario para las distintas inversiones que se van a realizar en activos fijos y los gastos pre operativos en la implementación del restaurante.

Los recursos aportados se encuentran depositados en una cuenta bancaria conjunta a nombre del restaurante, efectuando los pagos por los diferentes gastos de acuerdo a las necesidades dentro de los seis (6) meses que dura la etapa pre operativa del restaurante.

5.2.2 Fuentes De Financiación

5.2.2.1 Aporte social

Tabla 30. Aportes Socios

SOCIOS	PARTICIPACION	VALOR APORTADO
SOCIO 1	33,34%	\$20.000.000
SOCIO 2	33,33%	\$20.000.000
SOCIO 3	33,33%	\$20.000.000
TOTAL	100,00%	\$60.000.000

Fuente: Propia de la investigación

5.3 COSTOS DE OPERACION Y DE FINANCIACION

En esta parte del texto se muestran en su totalidad los recursos humanos y materiales necesarios para operar.

5.3.1 Costo De Venta

El costo de ventas hace referencia al valor en que debe incurrir el restaurante por concepto de desembolsos para la adquisición de materiales e insumos, mano de obra, gastos administrativos. Para el primer año completo de operación 2016, este costo de ventas se estima en \$ 633.000.000 aproximadamente, teniendo el mayor peso como es de suponerse, los insumos, materias primas y la mano de obra directa.

5.3.1.1 Materiales

Para estimar los costos de materiales y debido a la variedad de productos que se ofrecerán en el restaurante, se tomará el producto Sancocho de Gallina, para lo cual se efectuará un desglose de los diferentes ingredientes que se utilizan en su preparación. Se efectúa un estimativo para 50 personas para calcular su valor unitario.

Tabla 31. Cálculo Costos Materiales

INGREDIENTES	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
PLATANO	5 LIBRAS	\$500	\$2.500
PAPA	5 LIBRAS	\$600	\$3.000
YUCA	5 LIBRAS	\$600	\$3.000
ARRACACHA	2 LIBRAS	\$700	\$1.400
POLLO	12,5 POLLOS	\$8.000	\$100.000
CILANTRO	2 LIBRAS	\$500	\$1.000
TOMATE	2 LIBRAS	\$1.000	\$2.000
SAL	1 LIBRA	\$1.000	\$1.000
PIMIENTA	1 LIBRA	\$700	\$700
CUBO DE NORK	5 CUBOS	\$300	\$1.500
CEBOLLA	4 LIBRAS	\$500	\$2.000
COLOR	1 LIBRA	\$1.000	\$1.000
CHOCLO	3 LIBRAS	\$1.000	\$3.000
OTROS ADICIONAL			
ARROZ	10 LIBRAS	\$1.400	\$14.000
AGUACATE	13	\$1.800	\$23.400
ingredientes Ensalada	10 LIBRAS	\$2.800	\$28.000
TOTAL		\$16.400	\$187.500

De acuerdo a lo anterior se divide el valor del costo total de los 50 sancochos que es de \$187.500 / 50 = \$3.750 sería el precio de costo de los insumos de cada sancocho.

Ahora bien, vamos a determinar el total de servicios que se venderían al día en los diferentes horarios del restaurante.

Tabla 32. Cálculo numero de almuerzos, cenas y entradas que se venderían

TIPO DE SERVICIO	NUMERO DE MESAS	NUMERO DE PUESTOS	HORARIO DE ATENCION	TIEMPO DEL SERVICIO	NUMERO DE HORAS DE ATENCION AL DIA	TOTAL SERVICIOS VENDIDOS AL DIA	CAPACIDAD TOTAL SERVICIOS VENDIDOS AL AÑO
Almuerzos	14	4	11:30 a 2:30 pm	1	3	168	60.480
Cenas	14	2	5:00 a 7:00 pm	1	2	54	19.499
Entradas y Delicias	14	3	10:00 a 11:30 am y 2:30 a 5:00 pm	1	4	168	60.480
TOTALES						390	140.459

Fuente: Propia de la investigación

A continuación se hace una proyección de los costos, para lo cual se estableció el precio de costo de la unidad que fue de \$3.750 por el total de servicios que se venderían al día.

Tabla 33. Proyeccion de Costos

COSTOS MATERIA PRIMA POR UNIDAD	TOTAL SERVICIOS VENDIDOS AL DIA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TASA DE INFLACION			6%	6%	6%	6%
\$3.750	\$390	\$526.500.000	\$558.090.000	\$591.575.400	\$627.069.924	\$664.694.119

Fuente: Propia de la investigación

5.3.1.2 Personal Técnico : Mano de Obra

Tabla 34. Presupuesto Mano de Obra Directa

PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA			
CARGO	SALARIO	Subsidio Transporte	Total Devengado
JEFE DE MESEROS	\$1.200.000	\$77.700	\$1.277.700
MESERO 1	\$1.000.000	\$77.700	\$1.077.700
MESERO 2	\$1.000.000	\$77.700	\$1.077.700
CHEF	\$1.500.000	\$77.700	\$1.577.700
AYUDANTE COCINA 1	\$900.000	\$77.700	\$977.700
AYUDANTE COCINA 2	\$900.000	\$77.700	\$977.700
Total Mensual	\$6.500.000	\$466.200	\$6.966.200
Total Anual	\$78.000.000	\$5.594.400	\$83.594.400

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 35. Prestaciones sociales mano de obra directa al año

Cargos	Salario	Cesantía	Intereses Cesantía	Prima Servicios	Vacaciones	Aportes Parafiscales	Pensión	salud	ARL	Total Mensual
Provisiones Mensuales		8,33%	1%	8,33%	4,17%	9%	16%	12,50%	1%	0
JEFE DE MESEROS	\$1.200.000	\$99.960	\$12.000	\$99.960	\$50.040	\$108.000	\$192.000	\$150.000	\$12.000	\$723.960
MESERO 1	\$1.000.000	\$83.300	\$10.000	\$83.300	\$41.700	\$90.000	\$160.000	\$125.000	\$10.000	\$603.300
MESERO 2	\$1.000.000	\$83.300	\$10.000	\$83.300	\$41.700	\$90.000	\$160.000	\$125.000	\$10.000	\$603.300
CHEF	\$1.500.000	\$124.950	\$15.000	\$124.950	\$62.550	\$135.000	\$240.000	\$187.500	\$15.000	\$904.950
AYUDANTE COCINA 1	\$900.000	\$74.970	\$9.000	\$74.970	\$37.530	\$81.000	\$144.000	\$112.500	\$9.000	\$542.970
AYUDANTE COCINA 2	\$900.000	\$74.970	\$9.000	\$74.970	\$37.530	\$81.000	\$144.000	\$112.500	\$9.000	\$542.970
Total Mensual	\$6.500.000	\$541.450	\$65.000	\$541.450	\$271.050	\$585.000	1.040.000	\$812.500	\$65.000	\$3.921.450
Total Anual	\$78.000.000	6.497.400	\$780.000	6.497.400	3.252.600	7.020.000	12.480.000	9.750.000	780.000	\$47.057.400

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 36. Proyección salarios y prestaciones sociales mano de obra directa

CARGO	Salario Mensual	Prestaciones Sociales	Total Devengado Mensual	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TASA DE INFLACION					6%	6%	6%	6%
JEFE DE MESEROS	\$1.200.000	\$452.475	\$1.652.475	\$19.829.700	\$21.019.482	\$22.280.651	\$23.617.490	\$25.034.539
MESERO 1	\$1.000.000	\$415.948	\$1.415.948	\$16.991.376	\$18.010.859	\$19.091.510	\$20.237.001	\$21.451.221
MESERO 2	\$1.000.000	\$415.948	\$1.415.948	\$16.991.376	\$18.010.859	\$19.091.510	\$20.237.001	\$21.451.221
CHEF	\$1.500.000	\$723.960	\$2.223.960	\$26.687.520	\$28.288.771	\$29.986.097	\$31.785.263	\$33.692.379
AYUDANTE COCINA 1	\$900.000	\$415.948	\$1.315.948	\$15.791.376	\$16.738.859	\$17.743.190	\$18.807.781	\$19.936.248
AYUDANTE COCINA 2	\$900.000	\$415.948	\$1.315.948	\$15.791.376	\$16.738.859	\$17.743.190	\$18.807.781	\$19.936.248
Total Año	\$6.500.000	\$2.840.227	\$9.340.227	\$112.082.724	\$118.807.687	\$125.936.149	\$133.492.318	\$141.501.857

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 37. Dotación mano de obra directa

Cargos	Valor Dotación	Número de veces al año	Total Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
				6%	6%	6%	6%
CAPITAN DE MESEROS	\$110.000	3	\$330.000	\$349.800	\$370.788	\$393.035	\$416.617
MESERO 1	\$100.000	3	\$300.000	\$318.000	\$337.080	\$357.305	\$378.743
MESERO 2	\$100.000	3	\$300.000	\$318.000	\$337.080	\$357.305	\$378.743
CHEF	\$150.000	3	\$450.000	\$477.000	\$505.620	\$535.957	\$568.115
AYUDANTE COCINA 1	\$100.000	3	\$300.000	\$318.000	\$337.080	\$357.305	\$378.743
AYUDANTE COCINA 2	\$100.000	3	\$300.000	\$318.000	\$337.080	\$357.305	\$378.743
Total Año	\$660.000	18	\$1.980.000	\$2.098.800	\$2.224.728	\$2.358.212	\$2.499.704

Fuente: Propia de la investigación

5.3.1.3 Gastos Generales para la transformación y comercialización

Tabla 38. Gastos generales para la transformación y comercialización

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tasa de Inflación		6%	6%	6%	6%
Gastos Preoperativos					
Adecuaciones Locativas	\$4.000.000				
Arrendamiento Casa- Servicio Públicos	\$6.500.000				
Subtotal Gastos Preoperativos	\$8.500.000				
Gastos de Constitución					
Constitución de Sociedad	\$36.000				
Impuesto de Registro	\$77.000				
Matricula Mercantil	\$140.000	\$140.000	\$140.000	\$140.000	\$140.000
Registro de formularios	\$4.800	\$4.800	\$4.800	\$4.800	\$4.800
Permiso de Hacienda y Bomberos	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000
Permiso Sayco y Acinpro	\$60.000	\$60.000	\$60.000	\$60.000	\$60.000
Subtotal Gastos de Constitución	\$467.800	\$354.800	\$354.800	\$354.800	\$354.800
Activos Intangibles					
Papelería	\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$200.000
Subtotal Activos Intangibles	\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$200.000
Totales	\$11.167.800	\$554.800	\$554.800	\$554.800	\$554.800

5.3.1.4 Depreciación Muebles y Enseres

Tabla 39. Depreciación muebles y enseres

NOMBRE DEL ACTIVO	VIDA UTIL	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mobiliario Cocina									
Estufa sobreponer	5	1	3.000.000	3.000.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Estufa 36 Pulgadas más horno	5	1	2.800.000	2.800.000	560.000	560.000	560.000	560.000	560.000
Planchas de sobreponer	5	1	1.300.000	1.300.000	260.000	260.000	260.000	260.000	260.000
Nevera LG Nevecon	5	1	4.100.000	4.100.000	820.000	820.000	820.000	820.000	820.000
Congelador	5	1	1.800.000	1.800.000	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000
Refrigerador	5	1	1.200.000	1.200.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000
Campanas extractoras 1m por 2m	5	2	250.000	500.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
Licadoras para Bar	5	2	850.000	1.700.000	340.000	340.000	340.000	340.000	340.000
Cafetera Programable para doce horas	5	1	560.000	560.000	112.000	112.000	112.000	112.000	112.000
Tablas en Policarbonato varios colores	5	6	200.000	1.200.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000
Pitadora 13L	5	1							

			200.000	200.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
Menaje Cocina	5	870	1.431.900	4.647.200	929.440	929.440	929.440	929.440	929.440
Estantería	10	5	250.000	1.250.000	125.000	125.000	125.000	125.000	125.000
Mesas de recibo y Clasificación	10	2	250.000	500.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Repisas	10	4	35.000	140.000	14.000	14.000	14.000	14.000	14.000
Estanterías, Cómodas en acero inoxidable	10	2	180.000	360.000	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000
Carros camarero	10	1	55.000	55.000	5.500	5.500	5.500	5.500	5.500
MUEBLES Y ENSERES									
Juego de comedor madera 4 puestos	10	15	300.000	4.500.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000
Faroles	10	15	10.500	157.500	15.750	15.750	15.750	15.750	15.750
Decoración-adornos Mantel, cuadros	10	1	3.000.000	3.000.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
Servilletero	10	15	3.500	52.500	5.250	5.250	5.250	5.250	5.250
Candelabros	10	15	3.000	45.000	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500
Ajicera Negra	5	15	5.000	75.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000
Minicomponente	5	1	1.200.000	1.200.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000
TOTALES				34342200	5862440	5862440	5862440	5862440	5862440

Fuente: Propia de la investigación

5.4 GASTOS OPERATIVOS

5.4.1 Gastos Administrativos

Tabla 40. Prestaciones sociales nomina administrativa al año

Cargo	Salario	Cesantía	Intereses Cesantía	Prima Servicios	Vacaciones	Aportes Parafiscales	Pensión	salud	ARL	Total Mensual
		8,33%	1%	8,33%	4,17%	9%	16%	12,50%	1%	
GERENTE	\$2.000.000	\$166.600	\$20.000	\$166.600	\$83.400	\$180.000	\$320.000	\$250.000	\$20.000	\$1.206.600
CAJERA	\$1.077.700	\$83.300	\$10.000	\$83.300	\$41.700	\$90.000	\$160.000	\$125.000	\$10.000	\$603.300
Total Mensual	\$3.077.700	\$249.900	\$30.000	\$249.900	\$125.100	\$270.000	\$480.000	\$375.000	\$30.000	\$1.809.900
Total Anual	\$36.932.400	\$2.998.800	\$360.000	\$2.998.800	\$1.501.200	\$3.240.000	\$5.760.000	\$4.500.000	\$360.000	\$21.718.800

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 41. Proyección salarios y prestaciones sociales nomina administrativa

Cargo	Salario	Prestaciones Sociales	Total Devengado Mensual	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TASA DE INFLACION					6%	6%	6%	6%
GERENTE	\$2.000.000	\$904.950	\$2.904.950	\$34.859.400	\$36.950.964	\$39.168.022	\$41.518.103	\$44.009.189
CAJERA	\$1.077.700	\$415.948	\$1.493.648	\$17.923.776	\$18.999.203	\$20.139.155	\$21.347.504	\$22.628.354
	\$3.077.700	\$1.320.898	\$4.398.598	\$52.783.176	\$55.950.167	\$59.307.177	\$62.865.607	\$66.637.544

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 42. Dotación nómina administrativa

Cargos	Valor Dotación	Número de veces al año	Total Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
				6%	6%	6%	6%
CAJERA	\$110.000	3	\$330.000	\$349.800	\$370.788	\$393.035	\$416.617
Total Año	\$110.000	3	\$330.000	\$349.800	\$370.788	\$393.035	\$416.617

Fuente: Propia de la investigación

Tabla 43. Proyección gastos de administración

Conceptos de Gasto	Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tasa Inflación			6%	6%	6%	6%
Industria y Comercio	\$70.000	\$70.000	\$74.200	\$78.652	\$83.371	\$88.373
Arrendamiento	\$3.000.000	\$30.000.000	\$31.800.000	\$33.708.000	\$35.730.480	\$37.874.309
Servicios Públicos	\$400.000	\$4.800.000	\$5.088.000	\$5.393.280	\$5.716.877	\$6.059.889
Vigilancia	\$1.000.000	\$12.000.000	\$12.720.000	\$13.483.200	\$14.292.192	\$15.149.724
Implementos de Aseo	\$115.000	\$1.380.000	\$1.462.800	\$1.550.568	\$1.643.602	\$1.742.218
Amortización Diferidos						
Publicidad	\$750.000	\$9.000.000	\$5.400.000	\$5.400.000	\$5.400.000	\$5.400.000
Papelería	\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$200.000
Total gastos de Admón.	\$5.535.000	\$57.450.000	\$56.745.000	\$59.813.700	\$63.066.522	\$66.514.513

Fuente: Propia de la investigación

5.4.2 Depreciación Equipo de Oficina

Tabla 44. Depreciación equipo de oficina

EQUIPO DE OFICINA	Vida Útil	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Silla de oficina	10	1	80.000	80.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
escritorio más archivador	10	1	200.000	200.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
Papeleras pequeñas	10	2	8.000	16.000	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600
Alarma	5	1	2.000.000	2.000.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000
Computador e Impresora	5	1	1.300.000	1.300.000	260.000	260.000	260.000	260.000	260.000
Caja registradora	5	1	460.000	460.000	92.000	92.000	92.000	92.000	92.000
kit de oficina	1	1	60.000	60.000	60.000				
Separadores de basura	1	1	300.000	300.000	300.000				
TOTALES				4.416.000	1.141.600	781.600	781.600	781.600	781.600

Fuente: Propia de la investigación

5.5 PROYECCIONES FINANCIERAS

5.5.1 Ingreso por concepto de ventas

Tabla 45. Ingresos por concepto de ventas

Conceptos de Gasto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tasa Inflación		6%	6%	6%	6%
Precio Producto					
Almuerzo - Sancocho	9.000	9.540	10.112	10.719	11.362
Unidades Vendidas					
Unidades Almuerzo	140.459	140.459	140.459	140.459	140.459
Total Ventas					
Unidades Almuerzo	1.264.131.000	1.339.978.860	1.420.377.592	1.505.600.247	1.595.936.262

Fuente: Propia de la investigación

5.6 ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 46. Estado de Resultados

Cuentas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Brutas	1.264.131.000	1.339.978.860	1.420.377.592	1.505.600.247	1.595.936.262
Menos: Descuentos en Ventas					
VENTAS NETAS	1.264.131.000	1.339.978.860	1.420.377.592	1.505.600.247	1.595.936.262
Menos: COSTOS EN VENTAS					

Inv. Inicial de Materias primas	526.500.000	558.090.000	591.575.400	627.069.924	664.694.119
Mano de obra Directa	83.594.400	88.610.064	93.926.668	99.562.268	105.536.004
Dotación Mano de obra Directa	1.980.000	2.098.800	2.224.728	2.358.212	2.499.704
Gastos Generales	11.167.800	554.800	554.800	554.800	554.800
Depreciación Muebles y Enseres	5.862.440	5.862.440	5.862.440	5.862.440	5.862.440
TOTAL COSTOS EN VENTAS	623.242.200	655.216.104	694.144.036	735.407.644	779.147.067
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	640.888.800	684.762.756	726.233.556	770.192.603	816.789.195
Menos: GASTOS OPERACIONALES					
Gastos de Administración	60.117.576	63.304.367	66.682.365	70.263.042	74.058.561
Nómina Administrativa	\$52.783.176	\$55.950.167	\$59.307.177	\$62.865.607	\$66.637.544
Dotación Administrativa	330.000	349.800	370.788	393.035	416.617
Depreciación	7.004.400	7.004.400	7.004.400	7.004.400	7.004.400
Gastos Generales	\$57.450.000	\$56.745.000	\$59.813.700	\$63.066.522	\$66.514.513
Otros gastos (Pérdida el ejercicio)	0	0	0	0	0
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	117.567.576	120.049.367	126.496.065	133.329.564	140.573.074
UTILIDAD OPERACIONAL	523.321.224	564.713.389	599.737.491	636.863.039	676.216.121
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	523.321.224	564.713.389	599.737.491	636.863.039	676.216.121
Menos: Provisión para impuestos de renta (34%)	177.929.216	192.002.552	203.910.747	216.533.433	229.913.481
UTILIDAD NETA	345.392.008	372.710.837	395.826.744	420.329.606	446.302.640
Menos: 10% reserva legal	34.539.201	37.271.084	39.582.674	42.032.961	44.630.264
UTILIDAD POR DISTRIBUIR	310.852.807	335.439.753	356.244.070	378.296.645	401.672.376

Fuente: Propia de la investigación

5.7 CUADRO DE FUENTES Y USOS DE FONDO DE EFECTIVO O FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

Tabla 47. Fuentes y usos de fondo de efectivo o flujo de caja del proyecto

CUENTAS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas		1.264.131.000	1.339.978.860	1.420.377.592	1.505.600.247	1.595.936.262
Menos Costos y gastos totales		623.242.200	655.216.104	694.144.036	735.407.644	779.147.067
Menos Gastos Operacionales		117.567.576	120.049.367	126.496.065	133.329.564	140.573.074
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		523.321.224	577.043.990	611.935.858	648.921.241	688.125.743
Impuesto de renta 35%		177.929.216	196.194.957	208.058.192	220.633.222	233.962.753
Más vr remanente último año						5.178.000
GANANCIAS NETAS CONTABLES		345.392.008	380.849.033	403.877.666	428.288.019	454.162.990
Mas depreciación de activos		12.866.840	12.866.840	12.866.840	12.866.840	12.866.840
Mas amortización de diferidos		18.167.800	5.954.800	5.954.800	5.954.800	5.954.800
Menos presupuesto inversión	60.000.000					
FLUJO DE FONDOS NETOS	60.000.000	376.426.648	399.670.673	422.699.306	447.109.659	472.984.630

Fuente: Propia de la investigación

5.8 BALANCE GENERAL PROYECTADO

Tabla 48. Balance General del Proyecto

CUENTAS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS						
Activos corrientes						
Bancos	6.385.800	527.790.824	588.040.029	629.708.171	673.477.759	719.474.881
Total Activos Corrientes	6.385.800	527.790.824	588.040.029	629.708.171	673.477.759	719.474.881
Activos fijos depreciables						
Equipos tipo # 1	10.356.000	9.320.400	8.284.800	7.249.200	6.213.600	5.178.000
Equipos tipo # 2	28.042.200	28.042.200	22.433.760	16.825.320	11.216.880	5.608.440
Equipos tipo # 3	360.000					
Total activos fijos	38.758.200	37.362.600	30.718.560	24.074.520	17.430.480	10.786.440
Activos diferidos						
Gastos preoperativos	14.856.000	18.167.800	5.954.800	5.954.800	5.954.800	5.954.800
Total activos diferidos	14.856.000	18.167.800	5.954.800	5.954.800	5.954.800	5.954.800
Total Activos	60.000.000	583.321.224	624.713.389	659.737.491	696.863.039	736.216.121
PASIVOS						
Pasivos corrientes						
Impuesto Renta por pagar	-	177.929.216	192.002.552	203.910.747	216.533.433	229.913.481
Total Pasivo	-	177.929.216	192.002.552	203.910.747	216.533.433	229.913.481
Patrimonio						
Capital social	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000
Reserva Legal	-	34.539.201	37.271.084	39.582.674	42.032.961	44.630.264
Otras Reservas						
Utilidad (o perdida) ejercicio	-	310.852.807	335.439.753	356.244.070	378.296.645	401.672.376
Total Patrimonio	60.000.000	405.392.008	432.710.837	455.826.744	480.329.606	506.302.640
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	60.000.000	583.321.224	624.713.389	659.737.491	696.863.039	736.216.121

Fuente: Propia de la investigación

5.9 ANÁLISIS FINANCIERO

Tabla 49. Análisis Financiero

Fase del proyecto	Inversión	Fase Operacional	Fase Operacional	Fase Operacional	Fase Operacional	Fase Operacional
Año del proyecto	0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Unidad					
a. INDICADORES DE LIQUIDEZ						
1. Razón corriente o circulante	Nº de veces	2,97	3,06	3,09	3,11	3,13
2. Capital de trabajo neto	\$	349.861.608	396.037.477	425.797.424	456.944.326	489.561.400
b. INDICADORES DE APROVECHAMIENTO DE RECURSOS						
1. Rotación de activo corriente o circulante	Nº de veces	2,40	2,28	2,26	2,24	2,22
2. Rotación del activo fijo	Nº de veces	33,83	43,62	59,00	86,38	147,96
3. Rotación del activo total	Nº de veces	2,17	2,14	2,15	2,16	2,17
c. INDICADORES DE ESTRUCTURA O ENDEUDAMIENTO						
1. Índice de endeudamiento total	%	0,31	0,31	0,31	0,31	0,31
2. Índice de endeudamiento a corto plazo	%	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
3. Índice de endeudamiento a largo plazo	%	0,44	0,44	0,45	0,45	0,45
4. Índice de cobertura de intereses	Nº de veces	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
5. Índice de participación patrimonial	%	0,44	0,44	0,45	0,45	0,45
6. Razón deuda a largo plazo a capital contable o patrimonio	%	2,97	3,20	3,40	3,61	3,83

d. INDICADORES DE COSTOS						
1. Índice de costo de ventas	%	5,30	5,46	5,49	5,52	5,54
2. Índice de gastos operativos	%	0,09	0,09	0,09	0,09	0,09
3. Índice de costos financieros	%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
e. INDICADORES DE RENTABILIDAD						
1. Índice de rendimiento operativo en ventas	%	0,41	0,42	0,42	0,42	0,42
2. Índice de rendimiento neto en ventas	%	0,27	0,28	0,28	0,28	0,28
3. Índice de rendimiento patrimonial	%	0,85	0,86	0,87	0,88	0,88
4. Índice de rendimiento de la inversión	%	5,76	6,21	6,60	7,01	7,44

Fuente: Propia de la investigación

5.10 PUNTO DE EQUILIBRIO

5.10.1 Cálculo del punto de equilibrio

5.10.1.1 Costo fijo

Tabla 50. Costos Fijos Año

COSTOS FIJOS AÑO	
Concepto	Valor
Nomina	\$189.303.000
Dotación Nomina	\$2.310.000
Industria y Comercio	\$70.000
Cámara de Comercio -Otros	\$500.000
Arrendamiento	\$36.000.000
Servicios Públicos	\$4.800.000
Vigilancia	\$12.000.000
Implementos de Aseo	\$1.380.000
Publicidad	\$5.400.000
Papelería	\$200.000
Total	\$251.963.000

Fuente: Propia de la investigación

5.10.1.2 Precio de venta y costo variable

Tabla 51. Precio de venta y costo variable

Precio de Venta Año		Costo Variable Año	
Conceptos de Gasto	Año	Conceptos de Gasto	Año
Precio Producto		Costo Producto	
Almuerzo - Sancocho	9.000	Almuerzo - Sancocho	3.750
Unidades Vendidas		Unidades Vendidas	
unidades Almuerzo	140.459	unidades Almuerzo	140.459
Total Ventas Año		Total Costos Año	
unidades Almuerzo	1.264.131.000	unidades Almuerzo	526.721.250

Fuente: Propia de la investigación

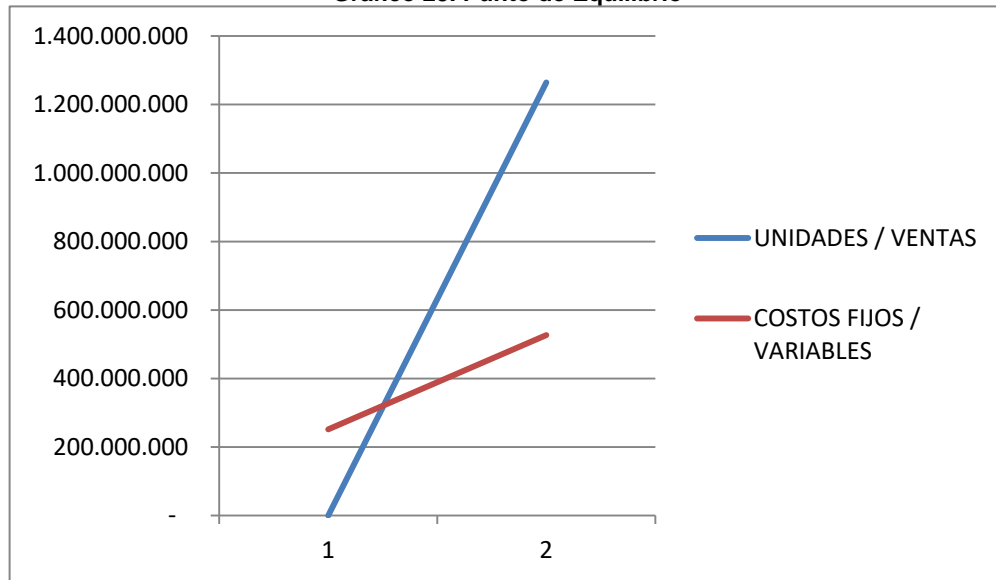
5.10.1.3 Punto de Equilibrio

Tabla 52. Punto de Equilibrio

GRAFICA DEL PUNTO DE EQUILIBRIO			
Unidades	Ventas	Costos Fijos	Costos Variables
140.459	1.264.131.000	251.963.000	526.721.250

Fuente: Propia de la investigación

Gráfico 23. Punto de Equilibrio



CAPITULO VI. EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación antes de realizar el proyecto se lleva a cabo con el fin de decidir si es conveniente o no la implementación del mismo. Para este efecto, se deben no solamente identificar, cuantificar y valorar sus costos y/o beneficios, sino tener elementos de juicio para poder comparar varias alternativas coherentemente. Igualmente, se requieren criterios para seleccionar entre proyectos excluyentes o para seleccionar proyectos cuando exista escasez de recursos. Con estos propósitos, la teoría de evaluación de proyectos (teoría de decisión de inversiones) provee un conjunto de criterios y herramientas para poder realizar este tipo de análisis

Este capítulo constituye un espacio central de análisis, pues condensa todos los elementos expuestos antes en el cálculo del flujo de efectivo neto, base sobre la cual se calculan los indicadores de evaluación (VPN, TIR,).

6.1 FLUJO DE EFECTIVO NETO

Tabla 53. Flujo de Efectivo Neto

CUENTAS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas		1.264.131.000	1.339.978.860	1.420.377.592	1.505.600.247	1.595.936.262
Menos Costos y gastos totales		623.242.200	655.216.104	694.144.036	735.407.644	779.147.067
Menos Gastos Operacionales		117.567.576	120.049.367	126.496.065	133.329.564	140.573.074
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		523.321.224	577.043.990	611.935.858	648.921.241	688.125.743
Impuesto de renta 35%		177.929.216	196.194.957	208.058.192	220.633.222	233.962.753
Mas Vr remanente en el último año						5.178.000
GANANCIAS NETAS CONTABLES		345.392.008	380.849.033	403.877.666	428.288.019	454.162.990
Mas depreciación de activos		12.866.840	12.866.840	12.866.840	12.866.840	12.866.840
Depreciación Costos y Gastos		5.862.440	5.862.440	5.862.440	5.862.440	5.862.440
Depreciación Administración		7.004.400	7.004.400	7.004.400	7.004.400	7.004.400
Mas amortización de diferidos		18.167.800	5.954.800	5.954.800	5.954.800	5.954.800
Amortización Costos y Gastos		200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
Amortización Administración		17.967.800	5.754.800	5.754.800	5.754.800	5.754.800
Menos presupuesto inversión	60.000.000					
FLUJO DE FONDOS NETOS	60.000.000	376.426.648	399.670.673	422.699.306	447.109.659	472.984.630

Fuente: Propia de la investigación

6.2 BONDADES FINANCIERAS DEL PROYECTO

6.2.1 Valor Presente Neto (VPN)

El valor presente neto es uno de los indicadores más adecuados y en cierta forma el más seguro de todos los indicadores. El valor presente de una inversión es “el valor medio en dinero de hoy”, o dicho de otra forma es “el equivalente en pesos (\$) actuales de todos los ingresos y egresos, presentes y futuros, que constituye el proyecto”.

Es la prima o la comisión por la cual se puede ceder un negocio a precios de hoy, el VPN se da en pesos y se requiere conocer la tasa de oportunidad.

Costo de oportunidad (TREMA)

Es la tasa de rentabilidad mínima aceptable del inversionista. Es un concepto que depende de la oportunidad de utilización de los recursos monetarios y de generación de riqueza que le permita lograr.

Esta Tasa puede cambiar en la medida y en el momento que cambien las oportunidades de inversión.

Tabla 54. Trema sin Financiación

Trema sin financiación	
Tasa de Interés Aportes Socios	12%
Más Riesgo	10%
Trema sin financiación	22%

Fuente: Propia de la investigación

6.2.1.1 Significado financiero

Para calcular el VPN utilizamos la siguiente fórmula:

$$VPN = \frac{P}{(1 + i)^N} = \$ 1.126.681 ; \text{donde } i = \text{Trema}$$

En este caso el VPN es positivo, entonces se puede afirmar que el rendimiento del proyecto es superior a la tasa de oportunidad o a la tasa mínima aceptable de inversión (22%), es decir, que el proyecto está brindando una tasa de rentabilidad mayor del 22%.

El valor de este indicador depende de la tasa de interés que se emplee para su cálculo. Las siguientes son las situaciones que se presentan con este indicador:

1. $VPN(i = TREMA) > 0$

Indica que los dineros invertidos en el proyecto rinden más que la TREMA.

Entonces se concluye que:

$VPN(i) > 0$

El proyecto es conveniente (se recomienda invertir).

6.2.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tabla 55. Tasa Interna de Retorno (TIR)

En miles de Pesos

Consecutivo	A	B	C	D
1	0	- 60.000	Tasa de Oportunidad	22%
2	Año 1	376.426		
3	Año 2	399.670		
4	Año 3	422.699		
5	Año 4	447.109		
6	Año 5	472.984		
7	TIR	533%		
8	VPN	1.126.681		

Fuente: Propia de la investigación

Cuando se explicó el indicador del Valor Presente Neto (VPN) se hizo énfasis en que su valor depende de la tasa de oportunidad y en particular cuando el valor presente es igual cero, evidencia que los dineros invertidos en el proyecto ganan exactamente la tasa de oportunidad. Por tanto, la tasa de interés que genera un valor presente neto (VPN) igual a cero corresponde a la Tasa Interna de Retorno.

Se utiliza la misma fórmula de equivalencia del VPN, pero para calcular la tasa que proporcione el $VPN=0$, se utiliza el método de interpolación y mediante ensayo y error se llega a dos tasas de interés una positiva y otra negativa, como se sabe que entre un valor positivo y uno negativo está el cero. Pero hoy día se cuenta con herramientas como el computador que mediante las hojas de cálculo se estima estos indicadores en forma más rápida y precisa y se presenta el valor de la TIR, que corresponde al 533%.

6.2.2.1 Significado financiero

La TIR en 640% corresponde a la rentabilidad que se aplica a los valores que permanecen invertidos en el proyecto.

6.2.3 Relación Beneficio Costo (B/C)

Permite conocer conforme a los resultados si el proyecto es atractivo en relación con otra inversión que produzca una rentabilidad igual a la tasa de oportunidad.

Tabla 56. Relación Beneficio Costo (B/C)

CALCULO DE INDICADORES FINANCIEROS FLUJO DE FONDOS SIN FINANCIACION							
INDICADOR	TREMA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE FONDOS		-60.000.000	376.426.648	399.670.673	422.699.306	447.109.659	472.984.630
TREMA - TIO	22%						
TIR	533%						
VALOR PRESENTE NETO(VPN)	1.126.681.000						
RELACION BENEFICIO - COSTO							
VALOR PRESENTE DE EGRESOS	60.000.000						
VALOR PRESENTE DE INGRESOS	1.264.131.000						
BENEFICIO - COSTO -1	1,06						

Fuente: Propia de la investigación

6.2.3.1 Significado financiero

La relación beneficio-costo da como resultado un índice de 1,06 sin financiamiento, lo cual significa que los beneficios que produce el proyecto son superiores a los costos, reflejando por lo tanto un impacto positivo sobre la economía de la región.

6.2.4 Análisis de sensibilidad

Es una metodología que nos proporciona información básica para tomar una decisión acorde al grado de Riesgo que decidamos asumir, este análisis indicará las variables que más afectan el resultado económico de un proyecto y cuáles son las variables que tienen poca incidencia en el resultado final.

6.2.4.1 Significado financiero

Una de las fortalezas del análisis de punto de equilibrio, es que permite evaluar las decisiones sobre precios y costos en términos de su efecto en las utilidades. Por ejemplo, considérese la necesidad de disminuir el punto de equilibrio para aumentar las ganancias, lo cual puede lograrse de varias formas, aumentando los precios, disminuyendo los costos fijos, disminuyendo los costos variables y la combinación de las anteriores.

Cambios de Precios:

Aumento de los precios en un 10%, el nuevo punto de equilibrio será:

$$Q = 251.963.000 / 9.900 - 3.750 = 40.969$$

Tabla 57. Análisis de Sensibilidad

	A	B	C
1	CF	251.963.000	
2	CVu	3.750	0%
3	PVu	9.900	Aumento en Precio de Venta
4	PE	40.969	10%
5			
6			0%

Fuente: Propia de la investigación

CAPITULO VII. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL

7.1 EVALUACIÓN ECONÓMICA

7.1.1 Variables Socioeconómicas

7.1.1.1 Inflación

Como se puede observar en la situación económica actual, no es proporcional el aumento de los salarios con los niveles de aumento de la inflación, lo que hace que las personas cada vez puedan adquirir menos productos.

Aunque es importante tener en cuenta que con relación a años anteriores los niveles de inflación han ido disminuyendo.

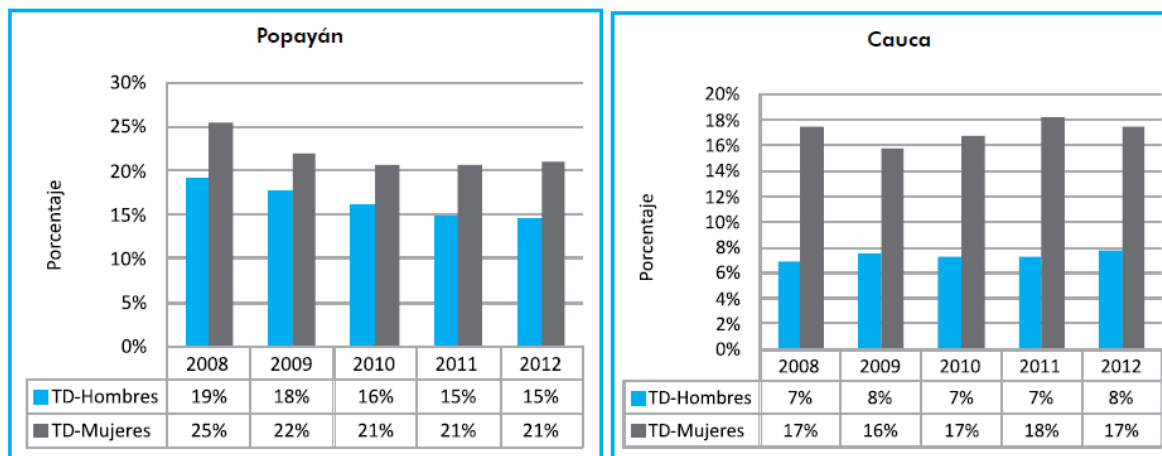
Aunque aparte de factores como la inflación hay otros factores como las condiciones naturales que ocasionan el aumento en los niveles de los precios.

Es importante tener en cuenta como este factor puede afectar la comercialización de los platos típicos que ofrecerá el restaurante, ya que el aumento de los precios puede ocasionar disminución en el consumo, pero desde este punto de vista también se tendrán en cuenta otros factores como el nivel de la población que adquiere el producto, como se ha podido establecer la comida local es un producto que por el nivel del precio es asequible para cualquier nivel social.

7.1.1.2 Tasa de Desempleo

El desempleo por sexo en Popayán y en el Cauca fue en el periodo de referencia mayor para las mujeres que para los hombres. De acuerdo con el siguiente gráfico, la evolución entre 2008 y 2012 presentó una tendencia decreciente tanto para hombres como para mujeres en la capital, aunque fue más marcada para los primeros, cuya tasa de desempleo bajó de 19% a 15%, que para las segundas, cuya tasa de desempleo bajó de 25% a 21%. Es decir, que de mantenerse este ritmo de descenso en la tasa de desempleo para ambos sexos, la brecha tendería a aumentarse en la ciudad de Popayán.

Gráfico 24. Tasa de desempleo por sexo. Popayán y Cauca. 2008-2012



Fuente: Elaboración propia a partir del DANE

7.1.1.3 Nivel de Ingresos

El nivel de ingresos de la ciudad es importante para determinar los niveles de precios de los productos, para el restaurante es importante establecer precios que vayan acorde con los niveles de ingresos de la población.

Para esto el restaurante ha establecido sus precios teniendo en cuenta el promedio del mercado.

El nivel de ingresos no solo se tiene en cuenta para establecer el nivel de precios de los productos sino también para determinar el nivel de salarios que se establecerán en el restaurante para aquellas personas que harán parte del personal del mismo. Ya que se trata de ofrecer empleos con condiciones que sean beneficiosas tanto para los trabajadores como para la empresa, se asignarán sueldos que vayan de acuerdo con las funciones de cada cargo.

7.1.2 Distribución de los Beneficios Económicos

La distribución de los beneficios económicos del proyecto se realizará entre los socios y ejecutores del proyecto, además de beneficiar a las personas que harán parte de la fuerza laboral. En el futuro se espera poder beneficiar a otros miembros de la cadena alimentaria.

7.2 EVALUACIÓN SOCIAL

El restaurante tendrá un impacto social positivo teniendo en cuenta dos aspectos, primero el desarrollo de las actividades del mismo en la ciudad de Popayán en donde contribuirá con la creación de empleos directos e indirectos, estableciendo salarios justos de acuerdo a las actividades asignadas para cada cargo, ofreciendo un ambiente laboral propicio.

La generación de trabajo beneficia no solo a una persona sino a las familias y su entorno permitiéndoles tener una mejor calidad de vida, y mejores niveles socioeconómicos.

7.3 CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL

- ✚ El impacto económico que genera el restaurante será significativo ya que aporta al desarrollo de la región.
- ✚ Esto genera ingresos a todas las zonas donde se producen los insumos para la preparación de los diferentes platos típicos, teniendo en cuenta que los productos serán adquiridos de diferentes proveedores que cumplan con las características requeridas por el restaurant, además este generara ingresos por medio de la creación de puestos de trabajo en la ciudad de Popayán beneficiando a las familias de las personas vinculadas, además de generar desarrollo a la ciudad.
- ✚ El impacto social que dará el proyecto, será significativo, en cuanto mejora la calidad de vida de las personas involucradas laboralmente con la empresa, ya que se espera poder generar beneficio para todos los actores de la cadena, generando un desarrollo en los niveles de vida de las personas que hacen parte de los procesos, a través de la formación y mejoramiento de los niveles de ingresos.
- ✚ Se generaran condiciones laborales propicias para el bienestar de las personas vinculadas al restaurante, tanto en el nivel de ingresos como en el ambiente laboral, permitiendo el desarrollo personal y social de estas personas y sus familias.

CAPITULO VIII. EVALUACIÓN AMBIENTAL

Todas las acciones realizadas por el hombre para el desarrollo de su sistema de vida, ha creado un efecto en las condiciones del medio ambiente, ya sean positivos o negativos. En el caso de la creación de empresas e implementación de tecnología se pueden observar aún más esos efectos, pero no se debe tratar de un enfrentamiento entre el bienestar humano y el impacto ambiental sino encontrar una armonía entre estos, de modo que se pueda llevar a cabo una buena utilización de los recursos.

Debe existir una interacción armónica entre el hombre y el espacio que lo rodea.

La ciudad de Popayán no cuenta con un desarrollo empresarial que genere un impacto ambiental negativo considerable, por ser una ciudad en donde la economía está más influenciada por el desarrollo del comercio y de los servicios que por el desarrollo industrial.

Actualmente el problema del impacto ambiental se ha convertido en un aspecto muy preocupante a nivel mundial, ya que en este momento se empiezan a ver los efectos de los daños causados a través del paso del tiempo. Esto ha sucedido por no pensar en los efectos futuros de nuestros actos sino en el bienestar actual.

Con el desarrollo de la evaluación ambiental se realizará un diagnóstico de las condiciones ambientales de la zona sin tener en cuenta el desarrollo del proyecto y se plantearán soluciones alternativas.

8.1 MEDIDAS DE MANEJO AMBIENTAL DEL RESTAURANTE

8.1.1 Manejo de almacenamiento de mobiliarios y equipos

8.1.1.1 Objetivos

- Implementar medidas de controles necesarios para preservar el bienestar de la comunidad, teniendo en cuenta la protección, prevención de accidentes del personal que labora en la obra y de la comunidad localizada en el área de influencia.
- Prevenir, controlar y mitigar el efecto que produce la actividad de transporte y almacenamiento de los equipos a utilizar en el restaurante.

8.1.1.2 Metas

Evitar, mitigar o corregir los impactos relacionados con la adquisición, transporte y utilización de los equipos del restaurante.

8.1.1.3 Tipo de medida

Prevención/Mitigación/Control

8.1.1.4 Impactos a manejar

Los impactos a controlar con la implementación de medidas de manejo son los siguientes:

- Molestias causadas a la comunidad.
- Alteración de la calidad del aire (por ruido, material particulado y gases)
- Alteración en la calidad del agua
- Alteración en la calidad del suelo
- Riesgos de accidentalidad

8.1.1.5 Descripción de las medidas de manejo

Se contará con el personal idóneo para la realización de los trabajos requeridos para la manipulación y transporte del mobiliario y equipos del restaurante.

8.1.2 Manejo de residuos sólidos

8.1.2.1 Objetivos

Residuos Sólidos Ordinarios y Reciclables

- Minimizar la generación de residuos sólidos en el restaurante.
- Mejorar la manipulación de residuos sólidos generados en el restaurante.
- Definir los criterios para separar los residuos y optimizar su recuperación.

Manejo de residuos sólidos

- Separar los residuos en la fuente y depositarlos de manera adecuada.
- Prevenir accidentes.
- Evitar contingencias.

8.1.2.2 Metas

- Disponer la totalidad de los residuos sólidos generados de acuerdo con la normatividad vigente.
- Promover actividades de reciclaje, y otros mecanismos que ayuden a reducir la generación de residuos
- Tener capacitado al 100% del personal que labora en el restaurante.

8.1.2.3 Tipo de medida

Prevención/Control

8.1.2.4 Impactos a manejar

Los impactos a controlar con la implementación de medidas de manejo son los siguientes:

- Generación de material particulado
- Generación y aporte de sólidos y/o sobrantes al entorno
- Contaminación del suelo y el agua

8.1.2.5 Descripción de las medidas de manejo

Clasificación de residuos sólidos

Residuos sólidos ordinarios

Estos incluyen los generados por comidas y demás residuos producidos típicamente en las instalaciones del restaurante.

Residuos reciclables

Son aquellos que pueden ser reutilizados o transformados. Los materiales que comúnmente pueden reutilizar o reciclar entregándolo al recuperador de la zona, son papel, cartón y/o, plásticos, metal, madera, siempre y cuando estén limpios y secos. Por ejemplo cartones y papeles, siempre y cuando no sean empaques de alquitrán impregnado de humo, grasas, parafina y similares, o si están revestidos de plástico, papeles impregnados de cera, barniz, lacas o aluminios, ni papel húmedo, etc.

Manejo de residuos ordinarios y reciclables

- El Almacenamiento de los residuos debe hacerse en tres recipientes tipo caneca plástica con tapa. Los recipientes deben estar rotulados con el nombre de “BASURAS” para los residuos ordinarios y “RECICLABLES” para el material reciclable.
- Estas canecas deben ubicarse en sitios estratégicos o de mayor afluencia de personal.
- Se debe instruir a todo el personal que labora en el restaurante, sobre la obligatoriedad de depositar los residuos en las canecas, según su etiqueta y no apilar o dejar los residuos desprotegidos en otras áreas no autorizadas.
- Se evitará sobrecargar los contenedores para el almacenamiento de los residuos.

- Se identificarán las personas de la región que estén interesadas en recibir materiales reciclables, resultantes de las actividades del proyecto para que éstas se encarguen de su recolección periódica, transporte y transformación.

8.1.3 Manejo de aguas servidas

8.1.3.1 Objetivo

Minimizar el potencial de contaminación del agua y sistemas hídricos aledaños por vertimientos de aguas negras o escorrentía residual generada en el restaurante.

8.1.3.2 Meta

Dar un manejo adecuado y ajustado a la normatividad respectiva a los residuos líquidos.

8.1.3.3 Tipo de medida

Mitigación/Control

8.1.3.4 Impactos a manejar

- Contaminación del agua (cuerpos hídricos)
- Afectación del suelo

8.1.3.5 Descripción de las medidas de manejo

Aguas de escorrentía

El aporte de material sólido a los cuerpos de agua debe evitarse; para tal propósito, se instalarán trampas de grasa para separar los residuos sólidos y las grasas que bajan por los artefactos de lavado y de preparación de alimentos. Esto también con el fin de proteger las instalaciones sanitarias.

Otras disposiciones de manejo

Derrames accidentales: Cuando se presenten derrames accidentales de grasas y/o aceites, se retirará del suelo contaminado. Los volúmenes pequeños, pueden ser recogidos mediante aserrín, trapos, arena, o adsorbentes sintéticos e inertes.

Cuando se realicen obras de construcción se prohíbe la disposición de los sobrantes de concretos y lavados de herramientas en contacto con el mismo (vehículos mixer, mezcladoras, etc.) en la zona de las obras o zonas aledañas o en áreas de drenaje natural y cuerpos hídricos.

Sin importar el estado inicial en que se encuentre el área del proyecto, una vez finalice las obras, se entregará la zona libre de basuras, escombros, materiales o cualquier tipo de desecho que se encuentre en los patios o sitios de desagüe de la zona.

Materiales sobrantes (tipo pintura, cemento, arena, etc.) no podrá ser disuelto en agua para eliminarlo dirigiéndolos a los canales de desagüe.

Se adecuará un sitio especial para el almacenamiento de materiales lo más alejado posible de los canales y red de desagües del sitio (temporales o definitivos), que contendrá en lo posible un cerramiento en malla sintética que evite la dispersión del material a causa de la acción erosiva del viento o de la lluvia.

8.1.4 Clasificación de residuos (Reciclaje por colores)

El restaurante realizará un reciclaje con base en colores, de acuerdo con las instrucciones elaboradas por el Municipio de Popayán.

8.1.4.1 Materia orgánica

Estos residuos en un restaurante corresponden a los residuos de la comida, es decir los desperdicios como también material biodegradable como el papel sanitario, etc. Estos desechos se colocarán en un tarro de basura con una bolsa plástica de color negro para diferenciarse de otros tipos de desechos.

8.1.4.2 Papel Cartón

Este tipo de residuos lo integran las cajas de varios productos elaborados con base en papel tales como: Periódicos, revistas, cuadernos, etc. A estos, se los agrupará en una bolsa plástica de color verde para que de igual manera, se diferencie de los otros residuos.

8.1.4.3 Vidrio y Metal

Lo integran las botellas de jugo, cervezas, salsa de tomate, mayonesa, gaseosas, vasos rotos, latas de conservas, etc. Los cuáles serán depositados en una bolsa plástica de color rojo para su reciclaje.

8.1.4.4 Plástico

Lo integran las botellas o envases, tetrapack de jugos o leche; estos residuos serán depositados en una bolsa plástica de color amarillo.

8.2 CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN AMBIENTAL

- ✚ La implementación del restaurante no tendrá un impacto natural considerable ya que se encontrará ubicado en una zona comercial, la cual ya cuenta con las condiciones para este tipo de actividades, en cuanto al desarrollo de vías, como el manejo del entorno.
- ✚ El lugar en donde se ubicará el restaurante ya cuenta con toda la infraestructura, por lo tanto si se realizan ajustes al establecimiento se minimizarían los impactos ambientales, ya que el tiempo de la obra sería corto.
- ✚ Las estrategias de prevención y mitigación de los impactos ambientales se llevaran a cabo durante toda la fase operacional del restaurante.

CAPITULO IX. CONCLUSIONES GENERALES

De acuerdo a los diferentes estudios realizados para verificar la factibilidad de apertura del restaurante Casa Payanesa en la ciudad de Popayán, se concluyó que la implementación del proyecto es viable y les puede generar beneficios a los socios.

Con base en lo anterior se concluye lo siguiente:

- ✚ En el área de influencia del proyecto se encontró una demanda insatisfecha ya que aunque se consiguen platos payaneses, estos se encuentran dispersos en varios sitios y algunos les falta calidad en su preparación, por tal razón se considera una ventaja para abrir el restaurante en la ciudad y tratar de cumplir las expectativas de los consumidores.
- ✚ Se garantizará exquisitez en la preparación ya que se tratará de contratar personal con experiencia en la gastronomía payanesa.
- ✚ De acuerdo a la encuesta realizada y el estudio de mercado, se puede afirmar que el plan de negocios del Restaurante Casa Payanes es viable y contribuiría al desarrollo económico y social de la región.
- ✚ El proyecto es técnicamente viable, ya que existen las condiciones y se pueden obtener los recursos, es posible su implementación y operación, toda vez que se cuenta con la tecnología, el local, la infraestructura y el personal que va a laborar en el proyecto.
- ✚ Además, este proyecto del montaje del restaurante es viable por representar una solución efectiva a una necesidad sentida por la comunidad por tener el gusto de disfrutar de la riqueza de la gastronomía local, ya que la oferta que existe en la actualidad no satisface las expectativas de los clientes.
- ✚ Cabe añadir que la propuesta del restaurante de comida saludable está en sintonía con las aspiraciones, motivaciones, capacidades y particularidades de los clientes del sector, se cuenta con la asesoría de un experto en gastronomía payanesa con suficiente experiencia acumulada, con la estructura organizativa y el recurso humano necesario para ofrecer una atención especializada a los clientes, así que esa viabilidad técnica va de la mano de los siguientes beneficios y servicios del restaurante: a) asesoría a los clientes sobre qué alimentos consumir de acuerdo a los gustos de cada uno; b) bonos de comida a los clientes frecuentes; c) cortesía para los clientes frecuentes que cumplan años.

- ✚ La viabilidad se logra en términos de capacidad gerencial y gestión adecuada del recurso humano y técnico, y de definir correctamente el perfil del consumidor potencial, de una adecuada estructura del portafolio de servicios, los pronósticos de ventas que ya se ha elaborado en esta propuesta, el sondeo permanente de las preferencias del consumidor y el aprovechamiento de las tecnologías, dado que las tecnologías posee características como la gestión de productos y su proceso de elaboración.
- ✚ En definitiva con estos requerimientos del mercado a los cuales se ajusta el restaurante, se espera funcionar con éxito y proyectarse como uno de los líderes de comida típica en el mercado de la gastronomía local.

X. BIBLIOGRAFÍA

- + SANCLEMENTE D., Martha L., GONZALEZ C., Carlos A., ERAZO R., Reinaldo. Formulación y Evaluación de Proyectos, Universidad del Cauca, 2009.
- + ARBOLEDA VELEZ, German. Proyectos, formulación, Evaluación y Control-ACEditores,1998.
- + MALHOTRA, Naresh. Investigación de Mercados, Un enfoque práctico. Segunda Edición. México. Prentice Hall. 1997.
- + Plan Único de Cuentas.
- + Estatuto Tributario 2015.

ASESORÍAS

- + Magister JORGE ARBEY TOBAR DEJESÚS. Director del trabajo de grado.
- + Magister FREDY ALBERTO ZUÑIGA. Docente Especialización en Gerencia de Proyectos. Universidad del Cauca.
- + Magister MARTHA LUCIA SANCLEMENTE DAZA. Docente Especialización en Gerencia de Proyectos. Universidad del Cauca.

INSTITUCIONES CONSULTADAS

- + Departamento Nacional de Estadísticas –DANE Popayán-
- + Cámara de Comercio del Cauca.

PÁGINAS DE INTERNET

- + Alcaldía de Popayán. www.popayan.gov.co
- + Ministerio de Medio Ambiente. www.minambiente.gov.co
- + www.colombiamania.com
- + <http://regionpacifica-moni.blogspot.com.co>