



PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE DESAYUNOS,
FUSIONANDO SABORES TÍPICOS CON PLATOS MEXICANOS EN CÚCUTA, NORTE
DE SANTANDER.

PRESENTADO POR:

HAIBERT MIGUEL RODRÍGUEZ SÁNCHEZ

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Santanderes

Sede Cúcuta (Norte de Santander)

Programa Administración de Empresas

octubre de 2021

Proyecto para la creación de un restaurante de desayunos, fusionando sabores típicos con platos mexicanos en Cúcuta, Norte de Santander

Haiberth Miguel Rodríguez Sánchez

ID. 608128

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Administrador de Empresas

Asesor(a)

Jessica Ferley Dominguez Rangel

Magister en Gerencia de Empresas

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Santanderes

Sede Cúcuta (Nortde de Santander)

Programa Administración de Empresas

Dedicatoria

El presente trabajo lo dedico primeramente a Dios por su infinito amor y bendición, por darme las fuerzas para nunca desfallecer y mantenerme por el camino del bien; Seguidamente a mi Padre por instruirme y hacerme fuerte; A mi Madre por su incondicional apoyo y bendición que siempre me guarda; A mi pareja por su paciencia, comprensión y emotivo apoyo; A mi prima por su ayuda fundamental en mi desarrollo académico e intelectual; finalmente a mí mismo porque entendí que cuando se quiere algo se lucha sin descanso aun así por encima de tantas adversidades, porque no fue para nada fácil pero hoy con el corazón lleno de gratitud puedo decir LO LOGRÉ.

HAIBERTH RODRIGUEZ

Agradecimientos

Al finalizar este trabajo de grado y con ello la etapa de pregrado, es necesario agradecer primeramente a la Corporación Universitaria Minuto de Dios, pues fue en ella donde adquirí todos los conocimientos frente a mi área de estudio, los cuales me permitirán un desempeño profesional en el mundo laboral. Seguidamente expreso mis agradecimientos con la docente Jessica Ferley Domínguez Rangel por su paciencia y entrega al orientar este trabajo.

De la misma manera, a Yirley del Carmen Velandia duran quien es coordinadora del programa de Administración de Empresas y a Solange Jordán Bustamante como líder de opción de grado, expreso mis agradecimientos por su liderazgo y por orientarnos de manera general a ser mejores en nuestro proceso.

HAIBERT RODRIGUEZ

Contenido

Lista de tablas	7
Lista de figuras.....	8
Lista de anexos.....	10
Resumen.....	11
Abstract.....	12
Introducción	13
Justificación	15
CAPÍTULO I	16
1 Antecedentes.....	16
CAPÍTULO II.....	20
2 Problema.....	20
2.1 Planteamiento del problema.....	20
2.2 Formulación del Problema.....	22
2.3 Referentes Teóricos	23
3 Objetivos.....	27
3.1 Objetivo general.....	27
3.1.1 Objetivos específicos.....	27
4 Marco metodológico.....	28
4.1 Diseño metodológico	28
4.2 Población: Es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación (López, 2004). Es decir, para el presente proyecto la población es la clase media de la ciudad de Cúcuta.	29
4.3 Muestra	29
4.4 Modelo Canvas	30
4.5 Alcances y limitaciones.	33
4.5.1 Alcances	33
4.5.2 Limitaciones	33

Restaurante Tacos el Motilón

5	Desarrollo	34
5.1	Identificar el potencial de la demanda del servicio y las características del mercado del Restaurante Tacos el Motilón.	34
5.1.1	Análisis del entorno y del sector	34
5.1.2	Estudio de mercado	41
5.1.3	Marketing Mix.....	57
5.2	Determinar la viabilidad Técnica y Financiera del Restaurante Tacos El Motilón.	58
5.2.1	Descripción del proceso	58
5.2.2	Diseño de planta	63
5.2.3	Recursos necesarios para operación óptima.....	65
5.2.4	Materia prima	67
5.2.5	Viabilidad financiera	72
5.2.6	Evaluación del proyecto	75
5.2.7	Impactos	76
5.3	Proponer la estructura organizacional para el restaurante Tacos el Motilón.	77
5.3.1	Misión.....	77
5.3.2	Visión	77
5.3.3	Valores corporativos	77
5.3.4	Objetivos corporativos	77
5.3.5	Organigrama y perfiles.....	78
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	82
6.1	Conclusiones	82
6.2	Recomendaciones	83
	Referencias.....	84
7	Anexos.....	89
	Anexo 1 – Encuesta.....	89

Lista de tablas

Tabla 1. Modelo CANVAS.....	32
Tabla 2. Análisis PESTEL.....	34
Tabla 3. Ficha técnica de productos	58
Tabla 4. Recursos necesarios para operación óptima.....	65
Tabla 5 – Recursos necesarios.....	67
Tabla 6. Ingresos	72
Tabla 7. Egresos	73
Tabla 8. Flujo de caja.	73
Tabla 9. VAN.....	75
Tabla 10. TIR.....	75
Tabla 11. Punto de equilibrio.	76
Tabla 12. Manual de funciones.	79

Lista de figuras

Figura 1. Diagrama de Ishikawa.	22
Figura 2. Sectores más vulnerables al cese de actividades por el Covid-19.....	35
Figura 3. PIB.....	36
Figura 4. Diamante PORTER.....	38
Figura 5. Rangos de edad.....	43
Figura 6. Sexo.	44
Figura 7. ¿Usted suele comprar alimentos preparados fuera de casa?.....	45
Figura 8. ¿Cada cuánto visita un restaurante para desayunar?.....	46
Figura 9. ¿Prefiere consumir comidas con sabores e ingredientes locales o internacionales?.....	47
Figura 10. ¿Ha probado la fusión de platos típicos de la ciudad con sabores e ingredientes de otro país?	48
Figura 11. ¿Dentro de cuál rango considera que está su presupuesto para desayunar en un restaurante de la ciudad?.....	49
Figura 12. ¿Con qué sabor internacional se identifica más?.....	50
Figura 13. ¿Probaría un taco mexicano con relleno a base de garbanzo?.....	51
Figura 14. ¿Qué tiene más valor para usted al momento de visitar un nuevo restaurante?	52
Figura 15. ¿Cuál considera la mejor red social para ver publicidad de productos?	52
Figure 16. Al momento de visitar un restaurante usted prefiere:	53
Figura 17. Al comprar prefiere:.....	54

Figura 18. ¿Considera las plataformas digitales una buena opción para hacer compras de comida?	55
Figure 19. Diagrama de flujo de proceso de atención al cliente	60
Figura 20. Diagrama de flujo de procesos de preparación de pedido	61
Figure 21. Diagrama de flujo de proceso de atención a través de medios electrónicos....	62
Figura 22. Diseño de planta.	64
Figura 23. Organigrama	79

Lista de anexos

Anexo 1 – Encuesta..... 89

Resumen

Tras la Pandemia por Covid-19 se presentó una crisis económica que desencadenó en el aumento de desempleo en el país, de esta manera, la presente investigación tiene por objetivo analizar qué tan viable es la creación de un restaurante de desayunos, fusionando sabores típicos con platos mexicanos en Cúcuta. Se realizó un estudio de mercado y un estudio técnico y financiero, teniendo en cuenta los aspectos legales necesarios para el desarrollo del proyecto. Finalmente, se evidenció la viabilidad del proyecto, demostrando que económicamente funciona, y que es una fuente de ingresos para empleados y propietarios, lo que contribuye a la reactivación económica y generación de empleo en la ciudad.

Palabras clave: Restaurante, comida mexicana, gastronomía, reactivación económica. Palabras clave:

Abstract

After the Covid-19 Pandemic there was an economic crisis that triggered an increase in unemployment in the country, in this way, the present research aims to analyze how viable is the creation of a breakfast restaurant, fusing typical flavors with Mexican dishes in Cúcuta. A market study and a technical and financial study were carried out, taking into account the legal aspects necessary for the development of the project. Finally, the viability of the project was evidenced, showing that it works economically, and that it is a source of income for employees and owners, which contributes to economic reactivation and job creation in the city.

Keywords: Restaurant, Mexican food, gastronomy, economic reactivation.

Introducción

En Norte de Santander el sector gastronómico ha empezado a ganar terreno durante los últimos años, logrando diversificarse y convertirse en una inversión sostenible para quienes deciden emprender en él. Así mismo, se considera necesaria la creación de proyectos que contribuyan a fortalecer la identidad cultural de las comunidades mediante la sensibilización y la motivación de la creatividad en materia gastronómica.

Teniendo en cuenta lo anterior, es importante la inversión en este sector económico, y por ello, a través del proyecto planteado se buscó promover la cultura y la gastronomía cucuteña, teniendo en cuenta que, a pesar de su diversidad de sabores y presentaciones, no es reconocida por todos los ciudadanos y que esto se puede deber a la falta de innovación existente en los productos más representativos. Por lo general, gran parte de la población se inclina hacia la comida internacional porque encuentran en ella mayor atracción, y de allí parte la idea de fusionar sabores extranjeros, específicamente mexicanos, con ingredientes típicos de la ciudad. Con este emprendimiento se brinda una nueva experiencia de comida rápida para los cucuteños.

El producto principal son los Tacos con tortillas elaboradas a base de maíz de alta calidad. Además, algo muy importante es la accesibilidad en los precios que se brinda, permitiendo que un amplio público disfrute de los productos y servicios, teniendo en cuenta que muchos restaurantes ubicados en la zona y que brindan productos novedosos, suelen manejar valores a los cuales sólo puede acceder una parte pequeña de la población.

Así mismo, con este proyecto se buscó ayudar a la reactivación económica del país, generando empleo en la ciudad y con ello aportando a disminuir la crisis social que vive Cúcuta. Para determinar la viabilidad del proyecto se realizó un estudio de mercado que permitió brindar

Restaurante Tacos el Motilón

un panorama general del mismo y evidenciar qué tan acogido podría llegar a ser el proyecto, además de brindar factores relevantes para su realización. Así mismo, el estudio técnico que determinó las condiciones y espacios físicos necesarios para su realización, por último, también se hizo el estudio económico y financiero con el fin de determinar la viabilidad económica de Tacos el Motilón.

Justificación

La importancia de esta investigación se centra en determinar la viabilidad de un proyecto gastronómica en la ciudad de Cúcuta. Es importante mencionar que, tras la crisis mundial de salud pública, la economía del país quedó fuertemente afectada y muchas empresas tuvieron que cerrar sus puertas. Es por ello que uno de los factores relevantes para la creación de este restaurante, es aportar a la reactivación económica de la ciudad, teniendo en cuenta todas las medidas de bioseguridad establecidas por el gobierno. De la misma manera, al ser un proyecto encaminado a la innovación, resultará llamativo a los públicos y tiene una alta posibilidad de ser bien recibido en el mercado.

Por otro lado, también se vive una crisis social que surge en parte debido al desempleo. La pobreza presentó un aumento en el último año en la ciudad de Cúcuta, lo cual es preocupante y requiere que desde los diferentes sectores económicos se aporte a mejorar las condiciones de los habitantes. Es por ello, que Tacos el Motilón está encaminado a impactar a través de la generación de empleo en la ciudad y aportar al crecimiento personal y profesional de sus colaboradores, así como a mejorar su calidad de vida. Por otro lado, este proyecto supone un beneficio económico para todas las personas que integren el equipo laboral y también presenta un beneficio personal a través de la generación de ingresos.

Cabe añadir que, no existe un lugar que ofrezca el producto representativo de esta propuesta, el cual son tacos mexicanos con relleno de garbanzo, que es un ingrediente típico de la ciudad de Cúcuta. Por esto, es pertinente llegar al mercado con un producto llamativo e innovador donde por medio de diferentes estilos se complazca el paladar del consumidor.

CAPÍTULO I

1 Antecedentes

En los antecedentes se tienen presentes diferentes trabajos de grado y proyectos que han sido desarrollados a nivel internacional, nacional y local, mencionados respectivamente. Dichas investigaciones se relacionan con el presente trabajo y aportan desde distintos puntos en la creación de restaurantes de comida mexicana u otro tipo de platos centrales.

En el trabajo denominado “Proyecto para la creación de un restaurante de comida rápida mexicana especializada en burritos.” (Rodríguez, 2016) El objetivo es “crear una empresa de comida rápida que satisfaga las necesidades alimenticias de la población, que tome en cuenta las tendencias e innovaciones en servicio al cliente y preparación de alimentos y bebidas, facilitando el contacto con nuestros proveedores, para el correcto desarrollo de todas las partes involucradas en el proceso”. Este trabajo concluye bajo comprensión sobre gran parte de los conceptos generales para creación de un plan de negocios de restaurante y una visión sobre la aceptación que llegará a tener el proyecto.

Este trabajo aporta a la presente investigación al incluir diversos conceptos necesarios para la creación del plan de negocios en el sector gastronómico, así como partes importantes de la historia de la comida mexicana. De la misma manera, incluye el paso a paso técnico y financiero lo cual sirve como guía para la elaboración del presente trabajo.

En el proyecto llamado “Estudio de pre- factibilidad para la creación de un restaurante de tacos con un horizonte proyectado de 5 años en la zona urbana de la ciudad de León, Nicaragua”, se persigue el objetivo general de “Elaborar un estudio de pre-factibilidad para la creación de un restaurante de tacos de diferentes países, ubicada en el Municipio de León, Departamento de León” (Romero et al., 2021, p. 3).

Restaurante Tacos el Motilón

Este proyecto se concluye en que a pesar de que existen amenazas en el sector, sí es viable la creación del restaurante, así como también económicamente factible, pues el estudio financiero arroja que se recuperará la inversión en dos años. Para el presente trabajo se hace un aporte desde el análisis de las fuerzas de Porter, el cual es un referente para el desarrollo y de la misma manera, desde la estructura utilizada para la realización del análisis financiero.

Seguidamente, como referente internacional encontramos el trabajo “Propuesta para la creación de un restaurante típico mexicano “el molcajete” en el área del casco antiguo corregimiento de San Felipe de la ciudad de Panamá” cuyo objetivo general fue “determinar si resulta factible y rentable la implementación de un restaurante de comida típica mexicana en el corregimiento de San Felipe” (Muñoz y Herrera, 2019, p.40).

En el proyecto se concluye con la viabilidad que arroja la creación del restaurante y el oportunismo al buscar desarrollarse en una zona turística, lo que se convierte en una ventaja al momento de su ejecución. El trabajo es un aporte en su estructura metodológica, pues igualmente se hace una investigación descriptiva. Así mismo para el estudio de mercado se lleva a cabo una encuesta para determinar gustos y preferencias de los consumidores, herramienta que se llevará a cabo en el presente proyecto y por lo tanto es una guía para su realización.

En el trabajo denominado “Viabilidad para la creación de un restaurante de gastronomía mexicana en la ciudad de Pereira” (López & Santiago, 2018) El objetivo general fue “determinar la viabilidad de un restaurante de gastronomía mexicana en la ciudad de Pereira, mediante la formulación de un plan de negocio”. Finalmente concluyó en que existe una oportunidad de mercado para el proyecto, demostrando la viabilidad a partir de la definición de los requerimientos técnicos, de operación, normativa y de personal.

Restaurante Tacos el Motilón

Este trabajo brinda un aporte a la presente investigación, pues en él se desarrolla un plan de negocios que busca demostrar la viabilidad de un restaurante, lo cual permite que se tomen algunos de los referentes allí expuestos y, además, permite conocer la situación o preferencia por la comida mexicana en una ciudad de Colombia. Así mismo, se exponen otros puntos relevantes para esta investigación como el componente económico, financiero y normativo de este tipo de proyectos.

Así mismo, encontramos el trabajo “Estudio de pre factibilidad financiera para el montaje de un restaurante de menú y a la carta de comida colombiana, italiana y mexicana en la ciudad de Medellín”, el cual tuvo como objetivo general “Determinar la pre factibilidad financiera para el montaje de un restaurante de menú y a la carta de comida colombiana, italiana y mexicana en la ciudad de Medellín” (Echavarría y Sierra, 2017, p. 19).

En el proyecto se concluye que tras los análisis realizados si se presenta una factibilidad para la creación del restaurante, y se conoce la utilidad de los elementos con los que se cuenta desde la parte técnica y financiera. Se aporta al presente trabajo pues se realiza una estructura similar donde se presenta un estudio de mercado, estudio técnico y financiero y se tienen en cuenta elementos del entorno externo que pueden inferir en el desarrollo del proyecto, teniendo en cuenta que se abarca desde un panorama nacional.

Por último, el trabajo llamado “Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida al estilo gourmet en la ciudad de Cúcuta Norte de Santander” (Hurtado, 2018) cuyo objetivo general es “elaborar un estudio de factibilidad desde la perspectiva de los factores de mercado, técnicos, legales, organizacionales, económicos y financieros para la creación de un restaurante de comida rápida al estilo gourmet en la ciudad de Cúcuta Norte de Santander”. Este trabajo concluye en la definición de la viabilidad del proyecto, tras haber hecho los estudios

Restaurante Tacos el Motilón

respectivos que incluye un plan de negocios, donde se determina que “el 89% de las familias de Cúcuta de estratos 4, 5 y 6 estarían dispuestas a comprar un tazón de papas fritas al gusto demostrando que existe una demanda de 1.417.208 unidades al año de este producto” (p.189). Finalmente se arrojaron resultados financieros positivos para la creación del restaurante.

El trabajo aporta a la presente investigación diversas herramientas, teniendo en cuenta que se referencia varios datos gastronómicos de la ciudad y bases teóricas, además, se incluyen todos los ítems para la realización de un plan de negocios que está enfocado a la creación de un restaurante en Cúcuta, y se convierte en una guía desde diferentes ámbitos.

CAPÍTULO II

2 Problema

2.1 Planteamiento del problema

Colombia es un país que posee una gastronomía rica y variada, debido a la riqueza cultural del mismo. Así mismo, la inserción al mercado de comidas típicas extranjeras ha resultado tener éxito y buen negocio que satisface a los consumidores ofreciendo aún más variedad.

Así mismo, Cúcuta es una ciudad con una cantidad poblacional de 711.715, caracterizada por un flujo constante de personas por ser zona de frontera. De la misma manera la coyuntura fronteriza hizo que las costumbres y hábitos de consumos variaran de manera significativa. Allí, el sector de restaurantes ha venido tomando fuerza en los últimos años, convirtiéndose en un negocio rentable para quienes hacen parte de él, especialmente para quienes deciden entrar al mercado innovando.

Durante los últimos años a nivel nacional la tendencia del consumidor, al momento de consumir o comprar alimentos fuera de casa, se ha inclinado hacía la compra de comida diferente a la hecha en el hogar. Así mismo, el crecimiento de las ciudades, las dificultades de movilidad y el deseo de optimizar el tiempo, han aumentado la acogida de la comida rápida, por tal motivo, se debe entender el mercado y ofrecer una propuesta gastronómica afín a los gustos de la gente y que ofrezca algo nuevo a los consumidores.

El abanico de posibilidades de la cocina nacional e internacional en Cúcuta es amplio. Existen diversos restaurantes para disfrutar de las delicias y platos tradicionales nacionales y locales, así como de otras partes del mundo. Sin embargo, es difícil encontrar un lugar que le

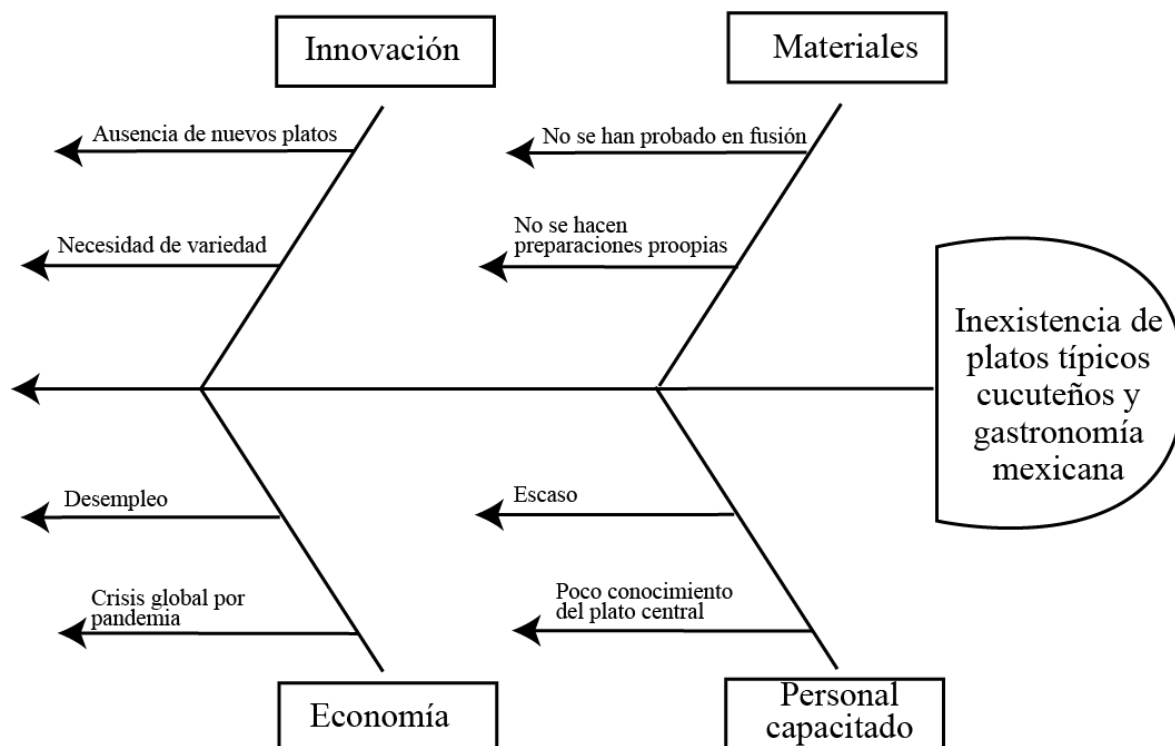
Restaurante Tacos el Motilón

apuesta a la fusión de sabores internacionales con los platos típicos de la ciudad, donde se destaquen las maravillas locales y de otro país, en este caso específico de México.

Así mismo, se debe tener en cuenta que la Pandemia por Covid-19 que inició en el año 2020 fue un golpe fuerte para los restaurantes, según Bancolombia, (2021) “de acuerdo con un informe de la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica (Acodres), de 90 mil restaurantes que estaban en operación a finales de 2019, más de 22 mil cerraron definitivamente por la pandemia” (párr. 1). Así mismo el desempleo en el país también vivió un aumento significativo pues para el 2020, la tasa de desempleo fue 15,9%, lo que representó un aumento de 5,4 puntos porcentuales frente al año 2019 (10,5%) (DANE, 2021).

Es por ello, que con el fin contribuir al crecimiento de la región, la generación de empleo, la reactivación económica y brindar un nuevo producto para el paladar de los Cucuteños, se planteó la posibilidad de crear un restaurante para desayunos con temática mexicana en Cúcuta, Norte de Santander, en el cual el producto principal sean los tacos de garbanzo, donde el cliente tendrá el gusto de deleitarse con el plato típico para desayunar en la ciudad, fusionado con sabores internacionales. Con esto, se pretendió incursionar con un producto nuevo en la ciudad, una propuesta diferente a la comida rápida que se encuentra actualmente en el mercado.

Por último, se destaca que en la ciudad no existe una propuesta de este tipo, lo que significa que el proyecto es innovador y puede atraer a los consumidores a través de la expectativa y lograr el posicionamiento tanto del restaurante como del producto.

Figura 1. Diagrama de Ishikawa.

Fuente: Elaboración propia, 2021. Ishikawa, 1943.

2.2 Formulación del Problema

¿Es viable la creación de un restaurante de comida rápida con sabores mexicanos en la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander?

2.3 Referentes Teóricos

A continuación, se exponen los referentes teóricos que aportan al desarrollo de la presente investigación, para la formulación del plan de negocios.

Emprendimiento. Así lo afirma Moreno et al (2017):

“el emprendimiento emerge como una alternativa para aprovechar las oportunidades y enfrentar las amenazas ante problemas sociales concretos cuya solución dependa en gran medida de las iniciativas generadas en el contexto” (p. 2)

Así mismo, Druker (citado en Hidalgo, 2014) afirma que “El emprendimiento es maximizar las oportunidades, es decir, la efectividad y no la eficiencia es la esencia del trabajo” (p. 47). Esto quiere decir que el fin de crear debe ser el seguir trabajando por potencializar el proyecto, buscando siempre su buen desarrollo.

Estudio Técnico. Como lo afirma Rosales (citado en Alajo y Jimenez, 2015):

“Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita” (p.13).

Así mismo, Baca (2010), dice que la estructura básica de la que se compone un estudio técnico es:

- Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto
- Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto

Restaurante Tacos el Motilón

- Identificación y descripción del proceso
- Determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto

Estudio de mercado. El estudio de mercado se ha convertido en una necesidad para cualquier tipo de organización. Así mismo, en un estudio de mercado se debe reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos importantes para la situación de mercado específica que afronta una organización (Kotler et al., 2014). Esto quiere decir que los estudios de mercado nos ayudan a establecer el total del capital inicial que se invierte en la creación de una empresa, la oferta y demanda del producto, los requerimientos administrativos, entre otros factores que son necesarios para iniciar un proyecto.

Estudio económico y financiero. Así lo afirman Nava y Marbelis (2009):

“El análisis financiero es fundamental para evaluar la situación y el desempeño económico y financiero real de una empresa, detectar dificultades y aplicar correctivos adecuados para solventarlas. El objetivo de este estudio es analizar la importancia del análisis financiero como herramienta clave para una gestión financiera eficiente” (p. 606).

Así mismo, “El estudio económico se sustenta de los resultados del análisis técnico, estima la cantidad de activos y equipos necesarios para la operación de la empresa, así como sus costos directos e indirectos” (Balseca, 2021, p. 12).

Gastronomía. La gastronomía, como hoy la conocemos, comienza a escribirse con las aportaciones de estudios antropológicos que evidencian cambios importantes en el régimen alimentario del periodo arcaico, como el descubrimiento y uso del fuego, el

perfeccionamiento de la caza, la domesticación de animales, y el inicio de la agricultura.
(Uribe et al., 2017)

Así mismo, al hablar de gastronomía, no se entiende sólo al conjunto de alimentos o platos típicos de una localidad, sino que se relaciona un concepto mucho más amplio el cual incluye otros factores como las costumbres alimentarias, las tradiciones, los procesos, las personas y los estilos de vida que se definen alrededor de la misma. (Clemente et al, 2013).

Gastronomía mexicana. Como lo afirma Fernández (2016) “La gastronomía mexicana en el año 2010 fue declarada Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)” (Párr. 1).

Así mismo, esta tiene cierta antigüedad y continuidad histórica, además, goza de un papel importante pues es un elemento de identidad para el pueblo mexicano, se elabora de manera colectiva, su base son productos originarios de su tierra y desarrolla una gran creatividad en sus cocineros, los mismos que a lo largo de los siglos han ido mejorando esta gastronomía (Fernández, 2016).

Así mismo, es importante tener presente que en la actualidad las personas se inclinan más que antes por la comida internacional, y en este caso resaltamos que la alta cocina mexicana, que es reconocida como una de las más complejas y completas del mundo (Festival Wine & Food, 2017).

Platos típicos. La comida típica de alguna región, se le llama a aquellos platillos con características muy especiales y únicas que se tienden a realizar con frecuencia en un lugar. (Comidas Típicas de Otavalo, 2016)

Restaurante Tacos el Motilón

Así mismo, Strauss (citado en Meléndez y Cañez, 2009) afirma que “Lo que se cocina y cómo se cocina nos da información sobre el contexto y la condición social y económica de quienes realizan esta actividad y sobre las estructuras de los comportamientos alimentarios. La cocina es un lenguaje en el que cada sociedad codifica mensajes que le permiten significar parte de lo que ella es” (P. 191).

3 Objetivos

3.1 Objetivo general

Analizar la viabilidad de la creación de un restaurante de desayunos, fusionando sabores típicos con platos mexicanos en Cúcuta

3.1.1 Objetivos específicos

- Identificar el potencial de la demanda del servicio y las características del mercado del Restaurante Tacos el Motilón.
- Determinar la viabilidad Técnica y Financiera del Restaurante Tacos El Motilón.
- Proponer la estructura organizacional para el restaurante Tacos el Motilón.

4 Marco metodológico

4.1 Diseño metodológico

Bernal (citado en Muñoz y Herrera, 2019) afirma que “La investigación descriptiva, es aquella que reseña las características o rasgos de la situación, permitiendo evaluar la información recolectada para después analizar, describir interpretar, las particularidades del fenómeno estudiado y buscar la solución al problema” (p.44). La investigación de este proyecto se hizo a través de un estudio descriptivo, pues en él se analizan los factores que hay que tener en cuenta para el diseño del mismo, como los técnicos, económicos y financieros que permiten determinar su viabilidad. Según Sampieri (2006) afirma que un estudio descriptivo “Busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población”. (p. 103)

Así mismo, se determinó bajo un enfoque cuantitativo, puesto que se buscó adquirir información estadística y determinar la viabilidad del proyecto a partir de datos financieros. Según López y Sandoval (s.f.) “La investigación cuantitativa se basa en técnicas estructuradas, ya que busca la medición de las variables previamente establecidas” (p.5).

De la misma manera, el desarrollo del restaurante Tacos El Motilón en la ciudad de Cúcuta, se hace un plan de negocios bajo el modelo CANVAS, el cual es un método que explica de manera acertada la manera en que las organizaciones crean, entregan y capturan valor. (Osterwalder, 2014).

Así mismo, cabe resaltar que para la Corporación Universitaria Minuto de Dios CR Cúcuta (UNIMINUTO) bajo la modalidad de grado de emprendimiento se ejecutan e integran los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación, por medio de la elaboración de un

Restaurante Tacos el Motilón

modelo de negocios, siguiendo los lineamientos establecidos en el Artículo 16 de la ley 1014 de 2006.

4.2 Población: Es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación (López, 2004). Es decir, para el presente proyecto la población es la clase media de la ciudad de Cúcuta.

4.3 Muestra

Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros (López, 2004). De esta manera, el presente proyecto se llevará a cabo con una muestra que representa a la clase media de la ciudad de Cúcuta, los cuales son los potenciales clientes de Tacos el Motilón.

Z= nivel de confianza = 1,96

N= población censo = 153.000 personas de clase media de Cúcuta (Opinión, 2021)

p= probabilidad a favor = 50% (0,5)

q= probabilidad en contra= 50% (0,5)

e= error de estimación = 0,09

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{NE^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 153.000}{153.000(0,09)^2 + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = 118.5392$$

4.4 Modelo Canvas

- **Propuesta de valor:**

Ofrecer desayunos y comida rápida fusionando sabores típicos locales y los sabores más representativos de la gastronomía mexicana, especialmente tacos con relleno de garbanzo, que será el producto representativo. Sin embargo, se ofertarán otro tipo de opciones como pasteles con diferentes rellenos y bebidas con el fin de brindar variedad y así mismo un excelente servicio al cliente, presentación, higiene y calidad.

- **Cliente:**

El segmento escogido son personas de todas las edades donde se encuentran niños, jóvenes y adultos. Por la ubicación del lugar y el horario, el principal cliente potencial son los trabajadores de las oficinas de los alrededores y así mismo las personas que transitan por allí a tempranas horas para dirigirse a hacer diferentes tipos de diligencias.

- **Canales:**

El principal canal de distribución es un establecimiento, donde existirá un contacto directo con los consumidores. Sin embargo, se hará uso de canales digitales como las redes sociales y WhatsApp para venta de productos a domicilio, atendiendo pedidos de manera telefónica o por la web.

- **Relación con los clientes**

- **Física:** se atenderán a los clientes en el restaurante buscado brindar un excelente servicio al cliente y una experiencia innovadora.
- **Digital:** a través de los canales digitales se mantendrá una atención personalizada por medio de las redes sociales como lo son Instagram y WhatsApp.

Restaurante Tacos el Motilón

- **Fuente de ingresos:**

Ingresos por la venta de alimentos y también por la venta de variedad de bebidas, así mismo se recibirán consignaciones para quienes piden por servicio a domicilio.

- **Recursos claves:**

- Recursos humanos
- Capital
- Local
- Insumos
- Maquinaria
- Equipos
- Instrumentos de cocina
- Mobiliario
- Tecnología

- **Actividades clave**

- Capacitación de personal
- Identificación de proveedores
- Elaboración de productos
- Servicio al cliente
- Fidelización de clientes

- **Socios claves**

- Proveedores

Restaurante Tacos el Motilón

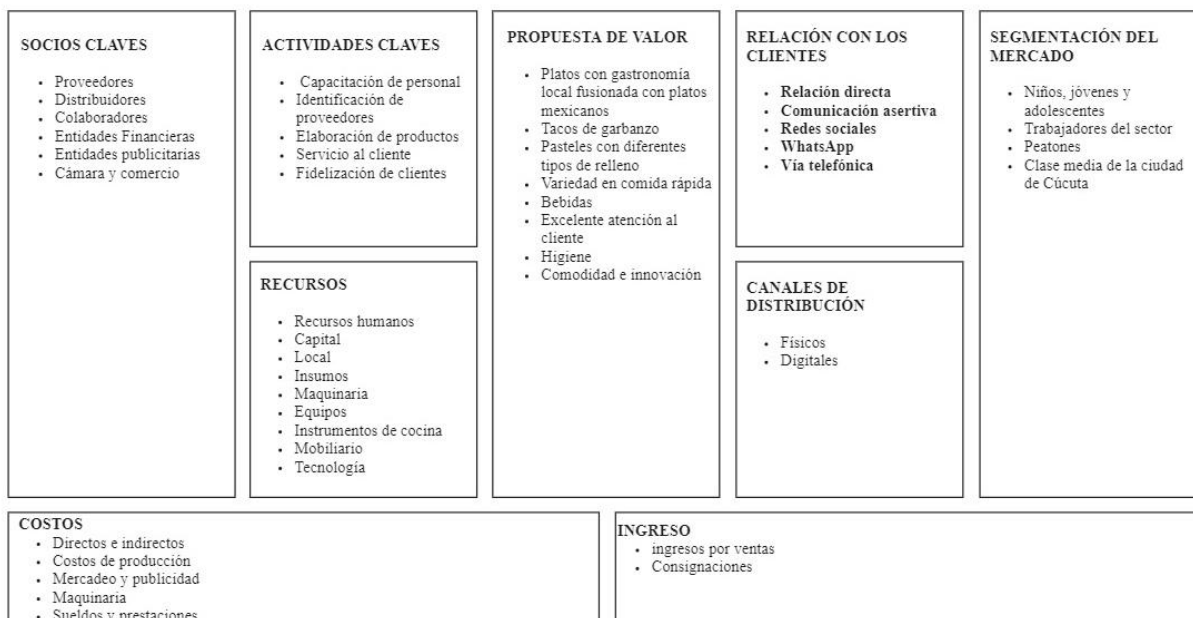
- Distribuidores
- Cámara de comercio
- Entidades financieras
- Empresas publicitarias

- Estructura de costos

- Directos e indirectos
- Costos de producción
- Mercadeo y publicidad
- Maquinaria
- Sueldos y prestaciones

Tabla 1. Modelo CANVAS

MODELO CANVAS



Fuente: Elaboración propia, 2021. Osterwalder, 2009.

4.5 Alcances y limitaciones.

4.5.1 Alcances

El proyecto para la creación de un restaurante de desayunos donde se fusionen los sabores típicos con platos mexicanos en Cúcuta, parte de un trabajo realizado desde las aulas de clase, donde se tuvo la oportunidad de llevar a cabo un estudio de mercado para identificar qué tan viable podría resultar. Así mismo se estudió información que tiene que ver con la demanda, oferta, precios y tipo de comercialización.

De acuerdo con lo anterior, también se llevó a cabo un estudio técnico a través de diferente bibliografía para conocer la maquinaria y los diferentes elementos necesarios como el análisis financiero y legal, con el fin de hacer un estudio amplio y hacer una evaluación del proyecto.

4.5.2 Limitaciones

Para la realización del proyecto que busca crear un restaurante de desayunos donde se fusionen los sabores típicos con platos mexicanos en Cúcuta, se presentaron las siguientes limitaciones:

- Disponibilidad de tiempo del autor por carga laboral y educativa.
- Disponibilidad de personas para la realización de encuestas.
- Presupuesto suficiente para poner en marcha el proyecto, debido a la crisis económica de la actualidad.

5 Desarrollo

5.1 Identificar el potencial de la demanda del servicio y las características del mercado del Restaurante Tacos el Motilón.

5.1.1 Análisis del entorno y del sector

- Análisis PESTEL

Tabla 2. Análisis PESTEL

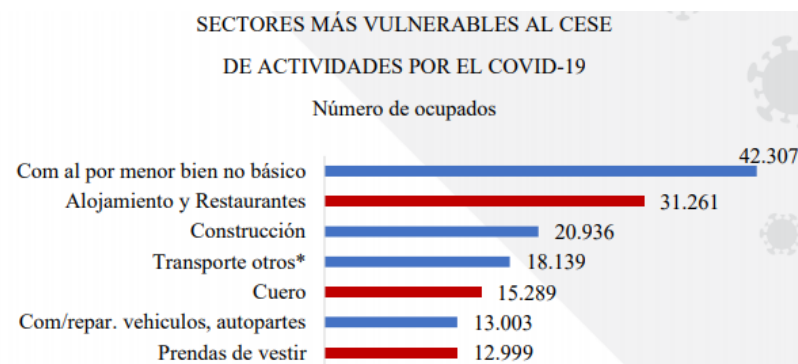
Político	<ul style="list-style-type: none"> - Colombia es un país con la separación de Poderes, representados por: Ejecutivo, Legislativo y Judicial, que a lo largo de su historia ha vivido diferentes infortunios y dificultades de todo tipo, pero a pesar de esto es una nación que respeta las instituciones y los derechos constitucionales. - Actualmente se desarrollan políticas por parte del gobierno nacional y local para la implementación de medidas preventivas en los establecimientos públicos. Hay 158 restaurantes inscritos que ya cuentan con la aprobación de sus protocolos de bioseguridad, según la Secretaría de Desarrollo Económico de Cúcuta. - En Cúcuta, según la Cámara de Comercio, la población tiene preferencia en la creación de empresas de tipo comercial como de autopartes de vehículos, restaurantes, peluquerías y recientemente se evidencia la creación de panaderías y empresas de publicidad.
-----------------	--

-Para el sector gastronómico es importante conocer lo regulado por la Ley 09 de 1979 Código Sanitario Nacional y por la Resolución 2674 de 2013, entre otras normas.

Económico

- Según el DANE, en 2019, el sector iba por un muy buen camino, luego de que el consumo de alimentos y bebidas no alcohólicas creció 7,8%.
- El 2019 dejó un balance positivo para el sector, la Inversión Extranjera Directa (IED) en el sector Comercio, Hoteles y Restaurantes. En ese año, esa variable registró un crecimiento de 85,7 %, al alcanzar la cifra de US\$2.129 millones, en comparación con 2018.
- Tras la pandemia el sector de restaurantes llegó a presentar pérdidas de más del 81%.
- Gráfica del comportamiento de aporte del sector hotelero y restaurantes y aporte al PIB en el periodo 2005 – 202:

Figura 2. Sectores más vulnerables al cese de actividades por el Covid-19

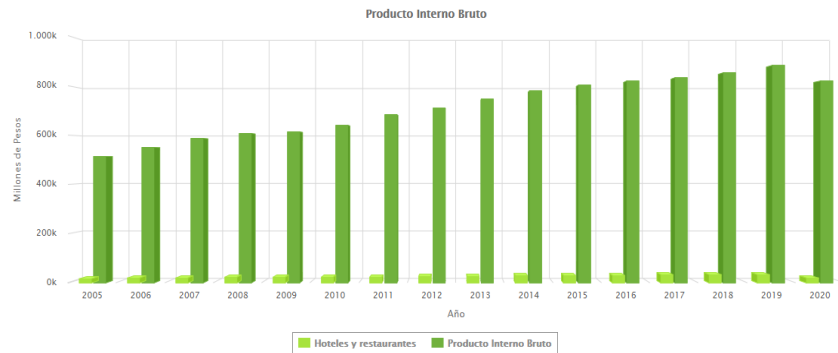


Fuente: DANE, 2020.

- El Observatorio de coyuntura económica y social de la Universidad de los ANDES con información de Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) dividieron en dos partes las actividades económicas según su nivel de vulnerabilidad en el cese de actividades,

por un lado en los más vulnerables se seleccionaron el comercio, el sector turístico de restaurante y alojamiento, construcción, textil, todo lo relacionado con economía naranja entre otros, los cuales son los que presentaban más

Figura 3. PIB



fragilidad para ejercer sus actividades la aglomeración de personas:

Fuente: DANE, 2020.

Social

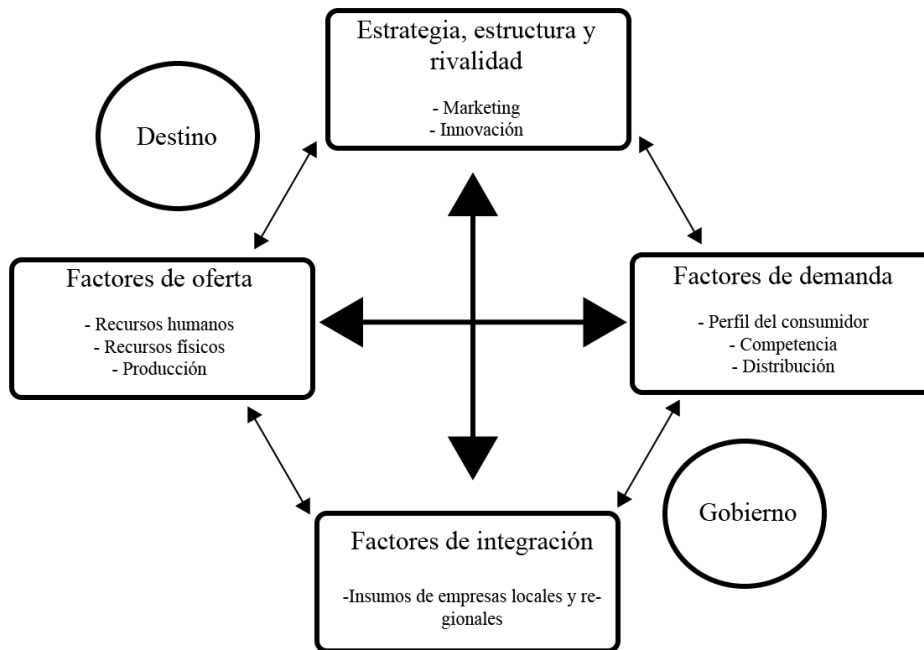
- En Cúcuta, los restaurantes es uno de los sectores con mayor participación en la generación de empleo con un 40%.
- Según el diario El Portafolio, en Colombia son cerca 1,5 millones de familias la que dependen de la industria gastronómica, donde hay una alta tasa de empleabilidad femenina, pero que por la pandemia ya registra la destrucción de 48.100 negocios y 720.000 empleos, entre directos e indirectos.
- Tacos el Motilón está dirigido a un nicho de personas que buscan un lugar con buen servicio y calidad para desayunar, especialmente a aquellos trabajadores del centro de la ciudad que laboran cerca o a quienes salen a realizar diligencias en los diferentes establecimientos que hay alrededor.

	<ul style="list-style-type: none">- Además, se piensa en la situación socio-económica que vive la ciudad y por ellos se manejarán precios accesibles a los públicos.
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none">- Teniendo en cuenta el auge tecnológico que vivimos en la actualidad, es muy importante estar a la vanguardia con implementos de calidad que ofrezcan la mejor productividad a los procesos.- En cuanto a imagen y promoción, también se deben implementar tecnologías que permitan una adecuada publicidad con capacidad de alcance amplio, para ello es importante la aplicación de publicidad ATL y BTL, permitiendo una mayor difusión de los servicios que se prestan.- En cuanto a la temática, esta se ha convertido en una tendencia, llamando a más personas a visitar los espacios, es por eso que se debe tener en cuenta, más aún cuando se refiere a un lugar como TACOS EL MOTILÓN, cuyo objetivo es la combinación de sabores locales e internacionales, por lo que la gente que lo visita espera encontrarse con un escenario representativo.

Fuente: Elaboración propia, 2021. Fahey y Narayanan, 1968.

- Diamante Porter

Figura 4. Diamante PORTER



Fuente: Elaboración propia, 2021. Michael Porter, 1990.

Factores de oferta

Recursos humanos: los recursos humanos son un elemento fundamental para el funcionamiento de Tacos el Motilón, donde se debe contar con por lo menos 10 colaboradores, teniendo en cuenta cada una de las dependencias del proyecto. Se debe contar con una mano de obra capacitada en cada uno de los platos del restaurante y mantener en una constante capacitación con el fin de innovar frecuentemente.

Recursos físicos: en el establecimiento es indispensable contar con tres espacios los cuales serán destinados a cocina, baño y lugar para los comensales. Cada uno debe estar correctamente adecuado para el adecuado desarrollo de las funciones.

Restaurante Tacos el Motilón

Producción: El nivel de producción de Tacos el Motilón responde a la demanda del entorno, siempre utilizando productos de alta calidad y con mano de obra altamente calificada, contando con la capacidad en el aumento de producción de ser necesaria.

Factores de demanda

Perfil del consumidor: Tacos el Motilón ofrece variedad de platos que pueden ser consumidos por personas de todas las edades con preferencias por comidas internacionales, específicamente mexicanas y así mismo con gustos hacía ingredientes locales tradicionales como lo es el garbanzo. El restaurante está dirigido hacía la población de clase media de la ciudad, ofreciendo precios asequibles. Así mismo el restaurante estará abierto a atender cada una de las sugerencias de los consumidores con el fin de mantener una mejora continua, por lo que el perfil del consumidor puede variar.

Competencia: existen diversos puntos de venta alrededor con el concepto de desayunaderos, sin embargo, ninguno de ellos está basado en la implementación de una gastronomía internacional, por lo que esto se convierte en un punto a favor que permite la distinción ante la competencia.

Distribución: se hará en el punto físico, pero también a través de domicilios a diferentes puntos de la ciudad.

Promoción y publicidad: se utiliza la publicidad BTL y ATL para promocionar los productos del restaurante, además del marketing digital para a través de las redes sociales poder llegar a más clientes potenciales.

Restaurante Tacos el Motilón

Factores de integración

Alta presencia de proveedores locales productores de materia prima, la mayoría de los insumos los ofrecen empresas locales y regionales.

Factores de estrategia empresarial

Marketing: se hará un uso fuerte de las posibilidades que se ofrecen a través del marketing para visibilizar el proyecto y así mismo para brindar nuevas experiencias a los consumidores.

Innovación: a través de la innovación se brindarán nuevas posibilidades a los consumidores, tanto desde las nuevas técnicas empleadas como los platos que irá mejorando constantemente teniendo en cuenta las opiniones de los consumidores y se buscarán implementar cada vez más fusiones que satisfagan el paladar de los comensales.

Destino

Comportamiento de fenómenos naturales que influyen en la siembra de materia prima

Crisis financieras

Crisis sociales

Gobierno

Instituciones gubernamentales que exigen que se cumpla la normatividad a través de la Secretaria de Salud.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Restaurante Tacos el Motilón

5.1.2 Estudio de mercado

5.1.2.1 Mercado potencial

El mercado potencial es la clase media de la ciudad de Cúcuta, haciendo énfasis son los trabajadores de las oficinas cercanas o las personas que salen temprano de sus casas a realizar diligencias en distintos lugares como centros de salud, sin embargo, la meta es incentivar a toda la población cucuteña para que se acerque a probar la exclusividad de nuestros productos.

5.1.2.2 Tipo de investigación

La investigación de este proyecto se hizo a través de un estudio descriptivo, pues en él se analizan los factores que hay que tener en cuenta para el diseño del mismo, como los técnicos, económicos y financieros que permiten determinar su viabilidad. Según Sampieri (2006) afirma que un estudio descriptivo “Busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población”. (p. 103)

Así mismo, se determinó bajo un enfoque cuantitativo, puesto que se buscó adquirir información estadística y determinar la viabilidad del proyecto a partir de datos financieros.

5.1.2.3 Población

Es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación (López, 2004). Es decir, para el presente proyecto la población es la clase media de la ciudad de Cúcuta.

5.1.2.4 Muestra

Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra

Restaurante Tacos el Motilón

como fórmulas, lógica y otros (López, 2004). De esta manera, el presente proyecto se llevará a cabo con una muestra que representa a la clase media de la ciudad de Cúcuta, los cuales son los potenciales clientes de Tacos el Motilón.

Z= nivel de confianza = 1,96

N= población censo = 153.000 personas de clase media de Cúcuta (Opinión, 2021)

p= probabilidad a favor = 50% (0,5)

q= probabilidad en contra= 50% (0,5)

e= error de estimación = 0,09

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{NE^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 153.000}{153.000(0,09)^2 + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = 118.5392$$

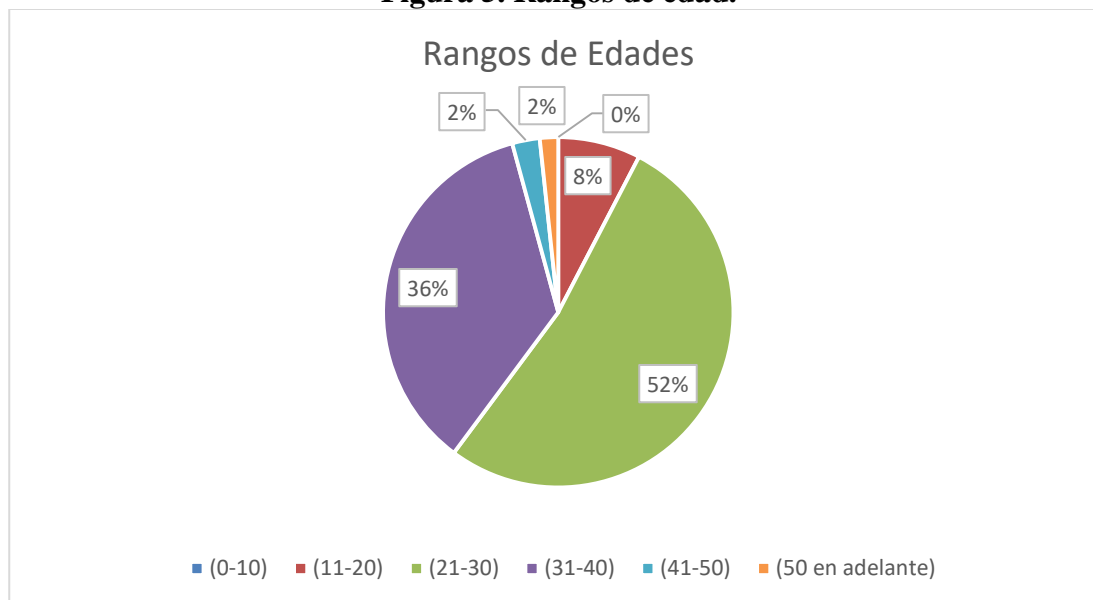
5.1.2.5 Instrumento

El instrumento utilizado para este estudio fue la encuesta, Según Espinoza (2019) “este método consiste en obtener información de los sujetos de estudio, es proporcionada por ellos mismos; sobre opiniones, actitudes o sugerencias” (p.16).

5.1.2.6 Resultados de la investigación de mercados

Tabulación de resultados

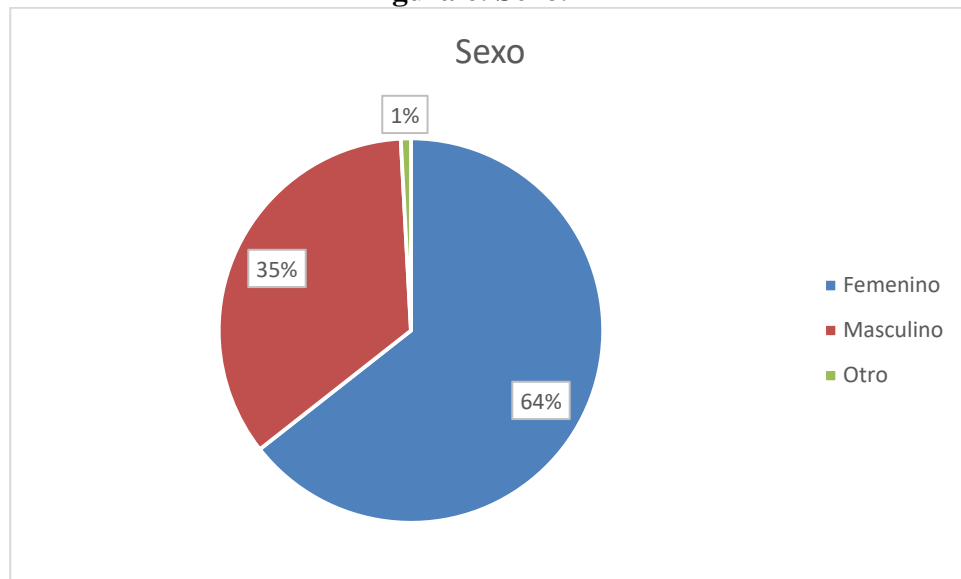
Figura 5. Rangos de edad.



Fuente: Elaboración propia, 2021.

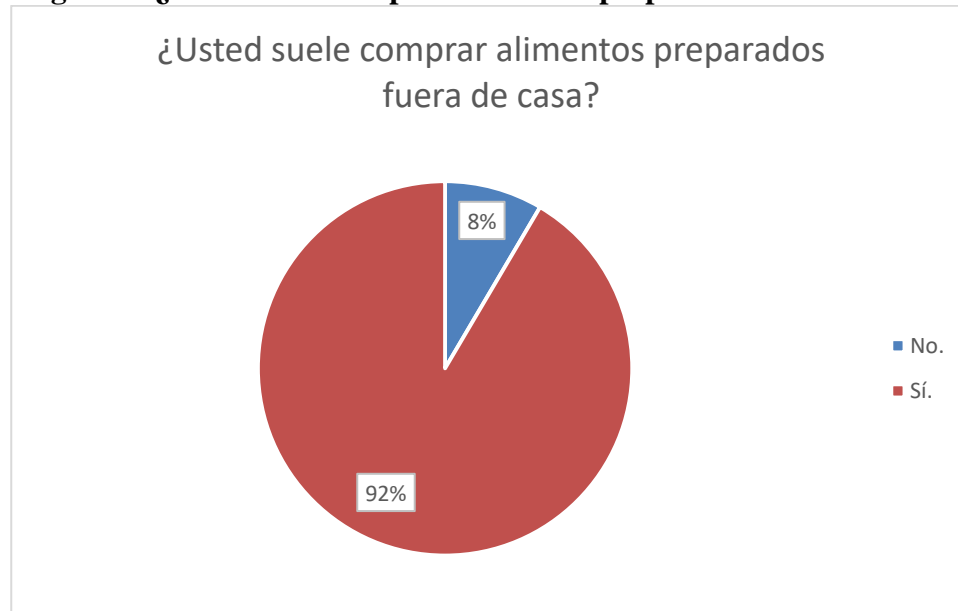
En el gráfico anterior se evidencian los rangos de edad entre los que se encuentran los públicos que respondieron la encuesta. En él se evidencia que el rango predominante es de 21 a 30 con un 52% el total de los encuestados.

Figura 6. Sexo.



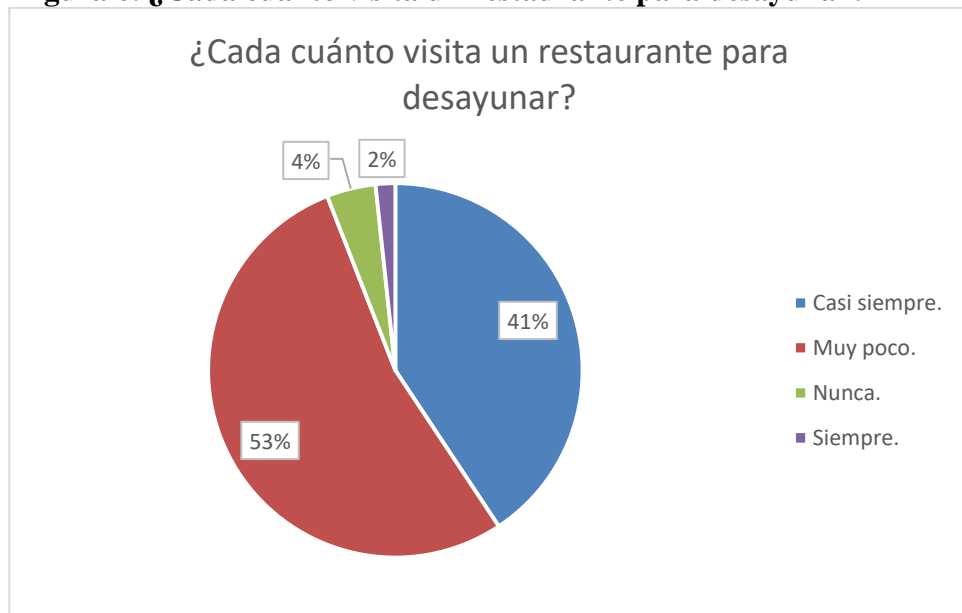
Fuente: Elaboración propia, 2021.

En el gráfico se observa que el género que predominó en la encuesta fue el femenino siendo el 64% del total de los encuestados.

Figura 7. ¿Usted suele comprar alimentos preparados fuera de casa?

Fuente: Elaboración propia, 2021.

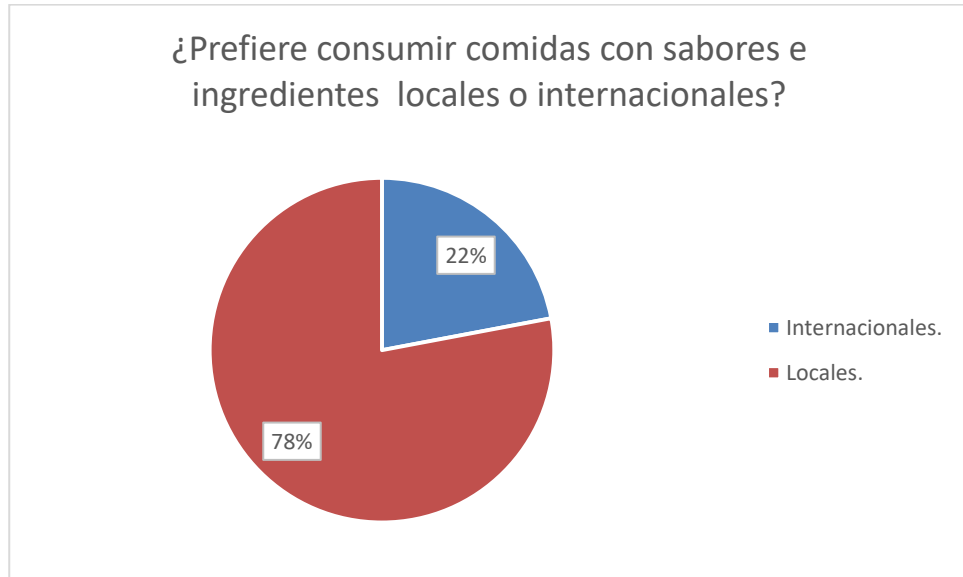
En cuanto a esta pregunta, la diferencia es notoria, pues 92% del 100% de personas encuestadas suelen comprar alimentos preparados fuera de casa, lo cual es un indicio favorable para el proyecto, pues demuestra que existe un público objetivo hacia el cual dirigir los servicios.

Figura 8. ¿Cada cuánto visita un restaurante para desayunar?

Fuente: Elaboración propia, 2021.

En este gráfico se observa que la mayoría de los entrevistados visita un restaurante para desayunar muy poco, lo que corresponde 53% de los encuestados. De esta manera se evidencia que se debe aprovechar el 41% y el 4% cuyas respuestas son favorables, para atraerlos al restaurante y fidelizarlos de manera que a través del voz a voz se logre llegar a más personas. Así mismo, se debe hacer una apuesta grande por la publicidad, debido a que ella puede atraer a los consumidores.

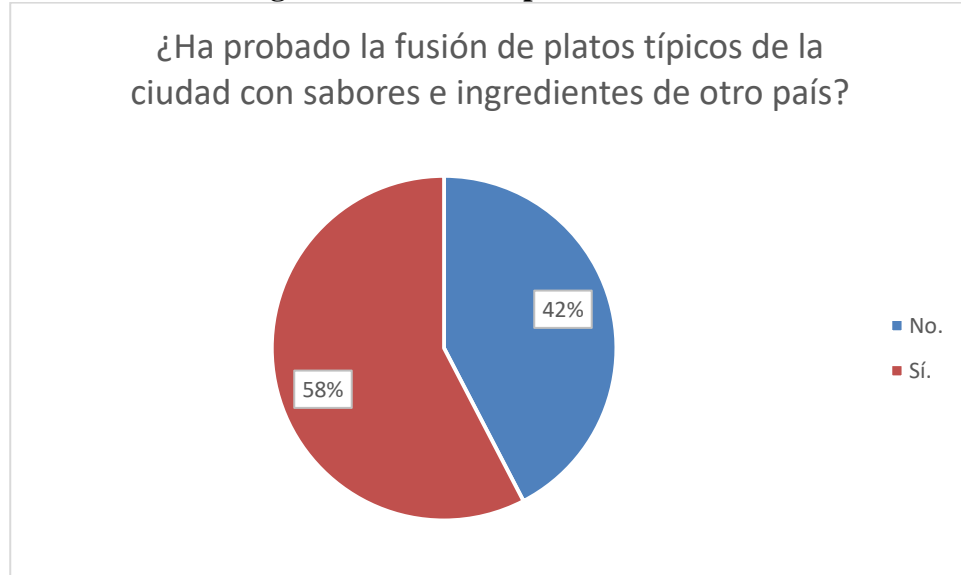
Figura 9. ¿Prefiere consumir comidas con sabores e ingredientes locales o internacionales?



Fuente: Elaboración propia, 2021.

El 78% de los encuestados prefieren consumir sabores locales a la hora de salir a comer, lo que representa una ventaja para el proyecto, partiendo de que a pesar de que la temática será mexicana, cada plato tendrá sabores típicos de la ciudad a través de una fusión.

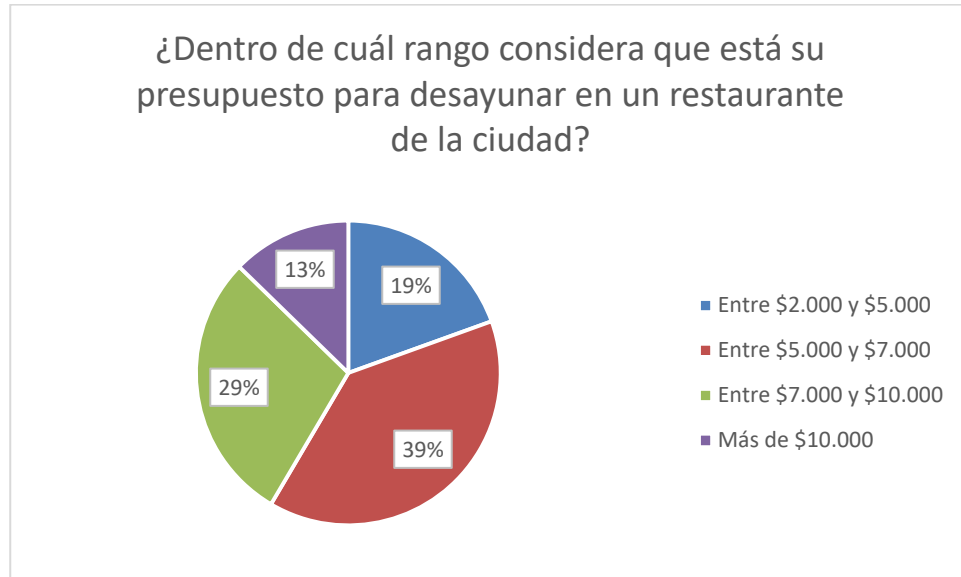
Figura 10. ¿Ha probado la fusión de platos típicos de la ciudad con sabores e ingredientes de otro país?



Fuente: Elaboración propia, 2021.

Como se observa en el gráfico 11, 58% de los encuestados sí ha probado platos típicos de la ciudad con sabores e ingredientes de otro país, es decir que a pesar de que la fusión es novedosa, si se tiene una idea del concepto, lo que puede llevar a este porcentaje de la población a sentir curiosidad por probar esta fusión con ingredientes con los que no se ha probado.

Figura 11. ¿Dentro de cuál rango considera que está su presupuesto para desayunar en un restaurante de la ciudad?



Fuente: Elaboración propia, 2021.

Entre los rangos de precios expuestos, el que recibió más favorabilidad fue el que está entre \$5.000 y \$7.000, con 39% que votaron por él y el menos favorable fue el de más de \$10.000 con 13% de los votos.

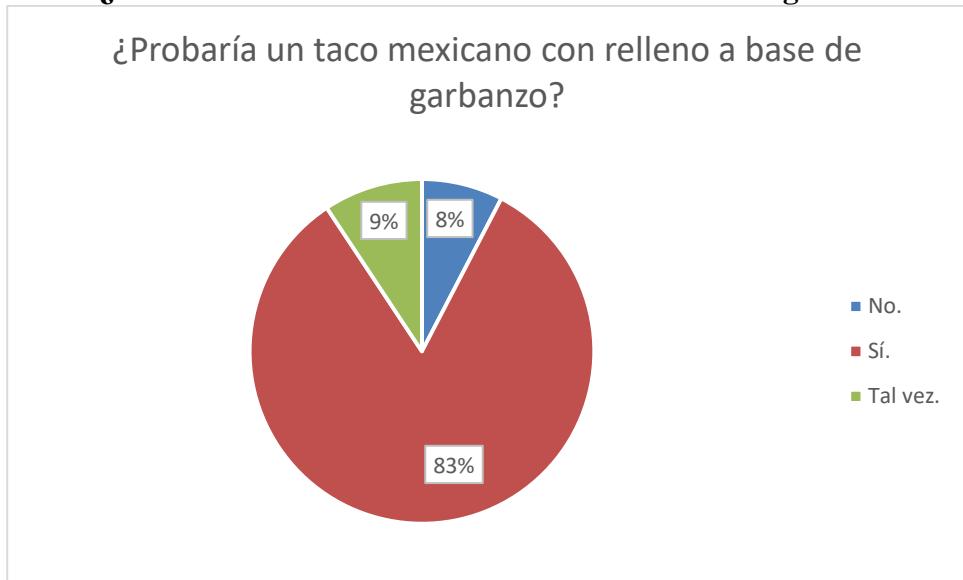
Figura 12. ¿Con qué sabor internacional se identifica más?



Fuente: Elaboración propia, 2021.

El sabor internacional con el que más se identifican los encuestados es el mexicano, obteniendo 52% de favorabilidad y con el que menos es el italiano con 13% de votos. De esta manera se presenta una ventaja para el proyecto, al ser el tipo de cocina que predominó la que se trabajará en el restaurante.

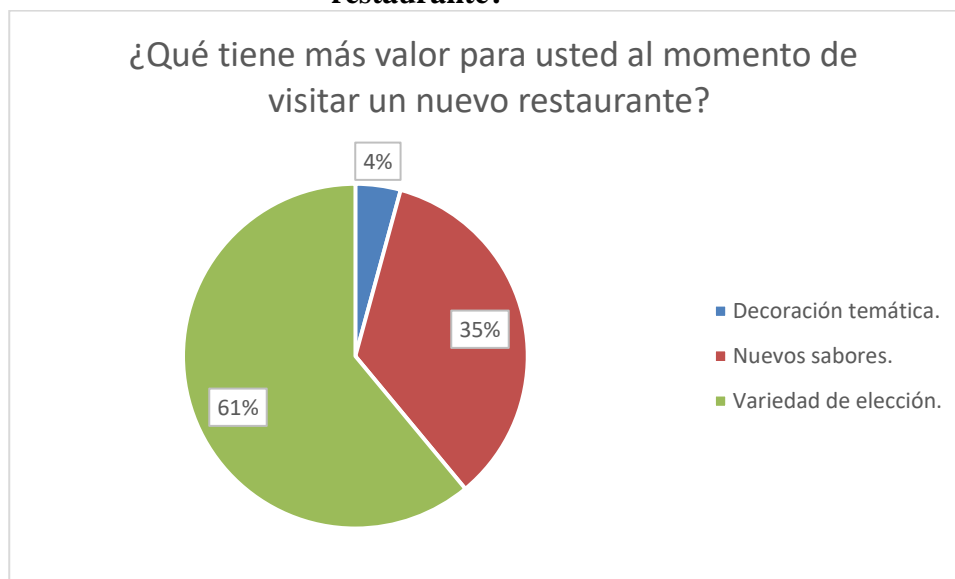
Figura 13. ¿Probaría un taco mexicano con relleno a base de garbanzo?



Fuente: Elaboración propia, 2021.

La población muestra tuvo una aceptación favorable hacía el taco de garbanzo como se evidencia con 83% de votos, lo que indica que el producto estrella puede gustar a la mayoría de la población.

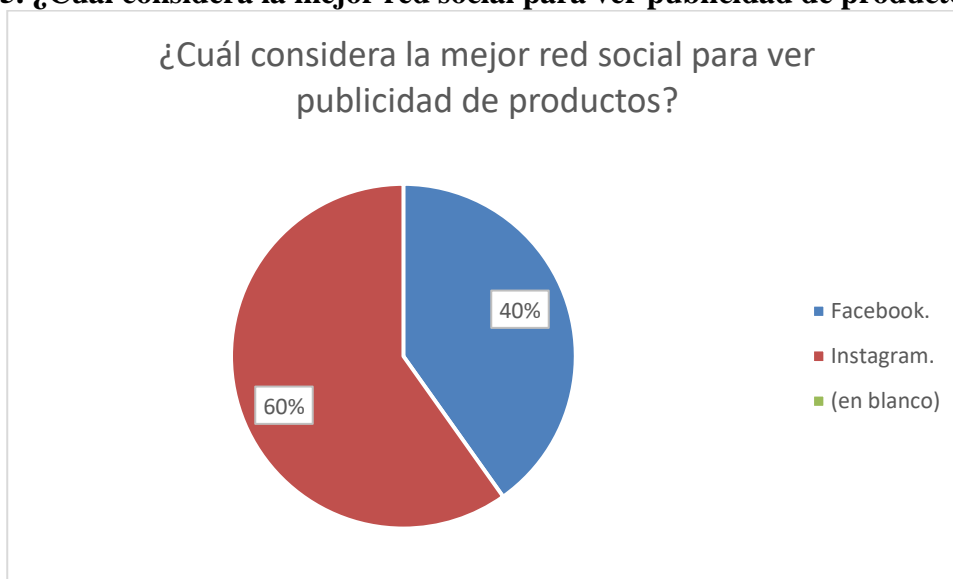
Figura 14. ¿Qué tiene más valor para usted al momento de visitar un nuevo restaurante?



Fuente: Elaboración propia, 2021.

Lo que más tiene relevancia para los entrevistados al momento de visitar un nuevo restaurante es la posibilidad de poder elegir entre varios productos, esto se evidencia con los 61% de votos en esta pregunta.

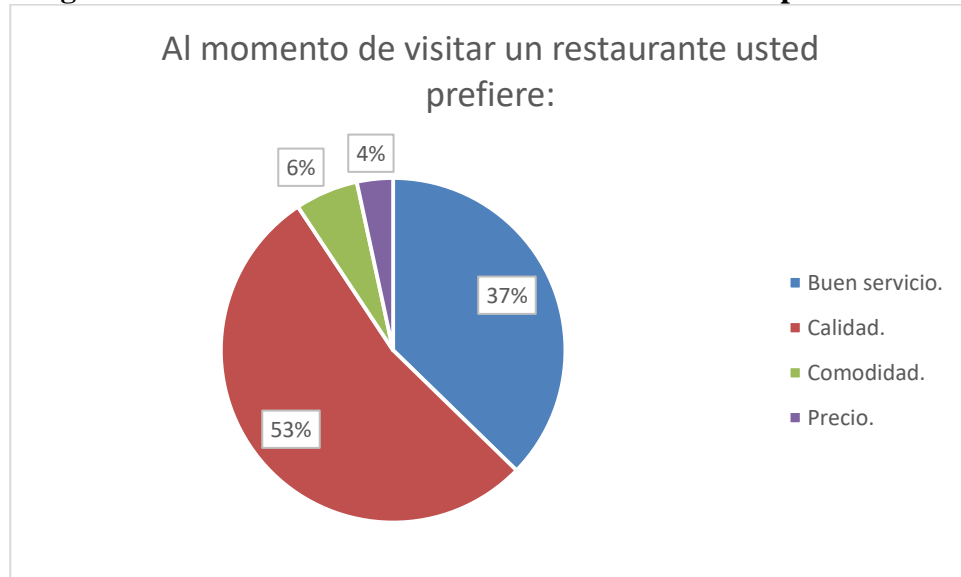
Figura 15. ¿Cuál considera la mejor red social para ver publicidad de productos?



Fuente: Elaboración propia, 2021.

La red social considerada más apta para recibir publicidad de productos es Instagram con 60% de favorabilidad.

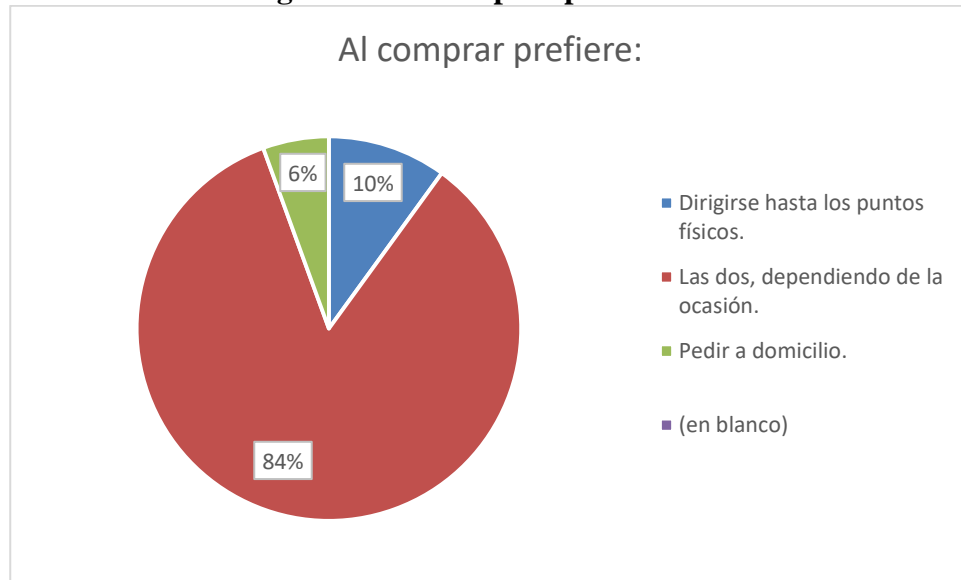
Figure 16. Al momento de visitar un restaurante usted prefiere:



Fuente: Elaboración propia, 2021.

La calidad es el factor predominante para la población muestra al momento de visitar un restaurante 53% de favorabilidad, seguido del buen servicio que obtuvo 37%.

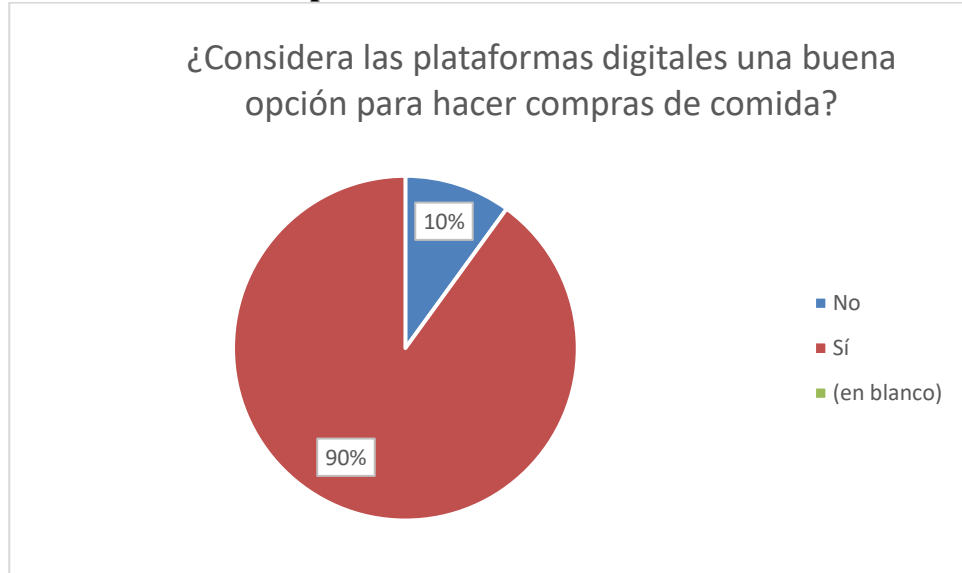
Figura 17. Al comprar prefiere:



Fuente: Elaboración propia, 2021.

Con esta pregunta se evidencio que la preferencia de los entrevistados al comprar alimentos depende de la ocasión, por lo que lo pueden hacer en los puntos físicos o pedir a domicilio.

Figura 18. ¿Considera las plataformas digitales una buena opción para hacer compras de comida?



Fuente: Elaboración propia, 2021.

90% de las personas encuestadas, es decir, la mayoría, considera que las plataformas digitales son una buena opción para hacer compras de comida.

Partiendo de la información recolectada a través de la encuesta, se logra evidenciar que existe un público objetivo que se encuentra en el rango de edad de 21 a 30 años y que está dispuesto a probar el producto al demostrar su favorabilidad por los sabores representativos del restaurante. Sin embargo, es una propuesta atractiva para todo tipo de público, incluso para reuniones familiares, pues se caracteriza por manejar un ambiente sano y por la presencia de diversidad de platos para diferentes gustos. De la misma manera, este estudio ayuda a identificar las preferencias de los potenciales clientes, con el fin de tenerlas en cuenta al momento de la implementación y ejecución del proyecto.

Restaurante Tacos el Motilón

Estos datos reales nos dan una aproximación más cercana, brindando una idea de la factibilidad del proyecto. Entre los datos más relevantes y favorables, encontramos la preferencia de los encuestados por los platos locales, ganándole a los internacionales con 78% a favor, lo que ratifica que la implementación de nuevas modalidades en la comida típica cucuteña tendrá una buena acogida.

Así mismo, otro dato a destacar es la preferencia de la población muestra por los sabores e ingredientes mexicanos con 52% de favorabilidad, por lo cual, si analizamos esta respuesta con la antes mencionada, se puede concluir que el producto representativo que son tacos mexicanos a base de garbanzo puede llegar a ser un éxito en el mercado gastronómico de la ciudad.

5.1.2.7 Buyer Person

El Buyer person de Tacos el Motilón son las personas de 20 años en adelante, cuyos intereses gastronómicos son diversos y reconocen la riqueza de los sabores típicos locales y que suelen ser activos en redes sociales, por lo que consideran que estas plataformas son útiles para recibir publicidad e información. Así mismo, son personas empleadas que por falta de tiempo no pueden cocinar diariamente.

5.1.2.8 Análisis de la competencia

Alrededor del lugar se encuentran ya ubicados otros restaurantes o cafeterías que ofrecen variedad de desayunos, como se mencionó anteriormente, la zona es bastante concurrida, por lo que este servicio tiene una fuerte demanda. La mayoría de sitios de competencia que hay junto al proyecto son reconocidas, sin embargo, ninguno cuenta con un producto estrella y diferente como el que Tacos El Motilón ofrecerá a los consumidores, de allí parte la principal ventaja de nuestro proyecto frente a la competencia.

5.1.3 Marketing Mix

5.1.3.1 Estrategia de producto o servicio

- **Producto:** el producto principal serán los tacos mexicanos hechos a base de garbanzo, fusionando sabores internacionales y locales. Sin embargo, teniendo en cuenta la premisa de que el restaurante será un desayunadero, se venderán otros servicios comunes para consumir en las horas de la mañana como pasteles de diferente relleno, café, jugos y tacos con otras características e ingredientes diferentes a los primeros mencionados.

5.1.3.2 Estrategias de distribución

- Como se mencionó anteriormente, los canales de venta serán directos e indirectos, teniendo como público meta principalmente a los trabajadores del sector, pero con opción para cualquier ciudadano del común. La localización será en la AV. 0 entre calles 10 y 11, Cúcuta.

5.1.3.3 Estrategias de precio

- **Precio:** el precio de un desayuno (comida y bebida) irán de \$5.000 a \$7.000 dependiendo de los productos y la cantidad que escoja el cliente.

5.1.3.4 Estrategias de comunicación y promoción

- **Promoción:** para la promoción se usará publicidad ATL (Above the line) y BTL (Below the line), teniendo una fuerte presencia en redes sociales, teniendo el auge que tienen las mismas hoy en día. Las redes utilizadas serán Facebook, Instagram y WhatsApp. También se hará publicidad con los influencers de la ciudad, realizando lo que se conoce como intercambio.

5.2 Determinar la viabilidad Técnica y Financiera del Restaurante Tacos

El Motilón.

5.2.1 Descripción del proceso

- Ficha técnica del producto o servicio

Tabla 3. Ficha técnica de productos

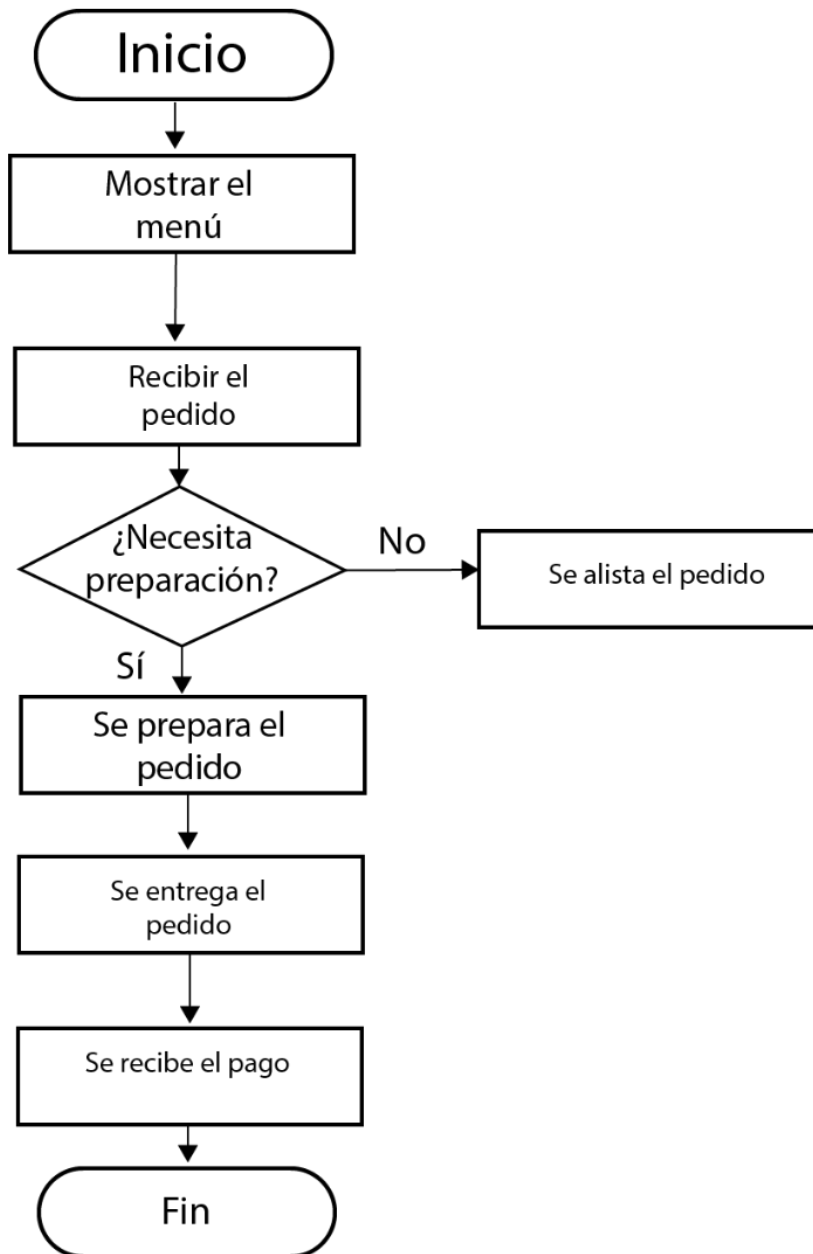
FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS		
Plato	Ingredientes	Preparación
Taco de garbanzo	Tortilla de maíz, carne, garbanzo, pimentón, ajo, cilantro, cebolla, chile, pepino.	Luego de tener todos los ingredientes pre-cocidos se calientan las tortillas con aceite. Agregar sal, cebolla y cilantro al gusto.
Taco tradicional	Tortilla de maíz, carne asada y picada, cilantro, cebolla, pimentón, limones, aguacate, chiles, pepino, rábano.	Luego de tener todos los ingredientes pre-cocidos se calientan las tortillas con aceite. Agregar sal, cebolla y cilantro al gusto.
Pasteles rellenos	Harina, huevos, mantequilla, sal, relleno (carne, pollo, ranchero, jamón y queso, garbanzo), ajo, cebolla, comino.	Preparación de la masa, preparación y sazón del relleno, armar los pasteles y freír en abundante aceite.
Chilaquiles	Tortillas, salsa verde o salsa roja, pollo o carne, queso, crema, cebolla, cilantro.	Picar la tortilla en triángulos y dorarlas, preparar guisos y salsas y agregar las tortillas a la salsa.
Huevos a la Mexicana	Huevos, cebolla, jitomates, chile, aceite, sal.	Picar la cebolla, chile, jitomates y freír. Agregar los huevos y la sal al gusto..
Tamales mexicanos	Pollo, cebolla, tomate, chile, cilantro, ajo, sal, masa, hojas de maíz.	Preparación de masa, pre-cocido de ingredientes para relleno y sazón, acomodo de masa y relleno en hojas de maíz, cocción final.

Enchiladas	Tortillas de maíz, pollo, cebolla, ajo, tomate, chile, laurel, lechuga, queso, aceite.	Cocción del pollo sazonado, desmechar el pollo, asar vegetales, mojar el pollo en la salsa y rellenar tortillas.
Café	Café, agua, azúcar.	Hervir agua, añadir café y colarlo.
Jugos naturales	Agua o leche, fruta, azúcar.	Licuar la fruta con el agua o leche, colar, añadir azúcar al gusto.

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Diagrama de flujo de proceso de atención al cliente

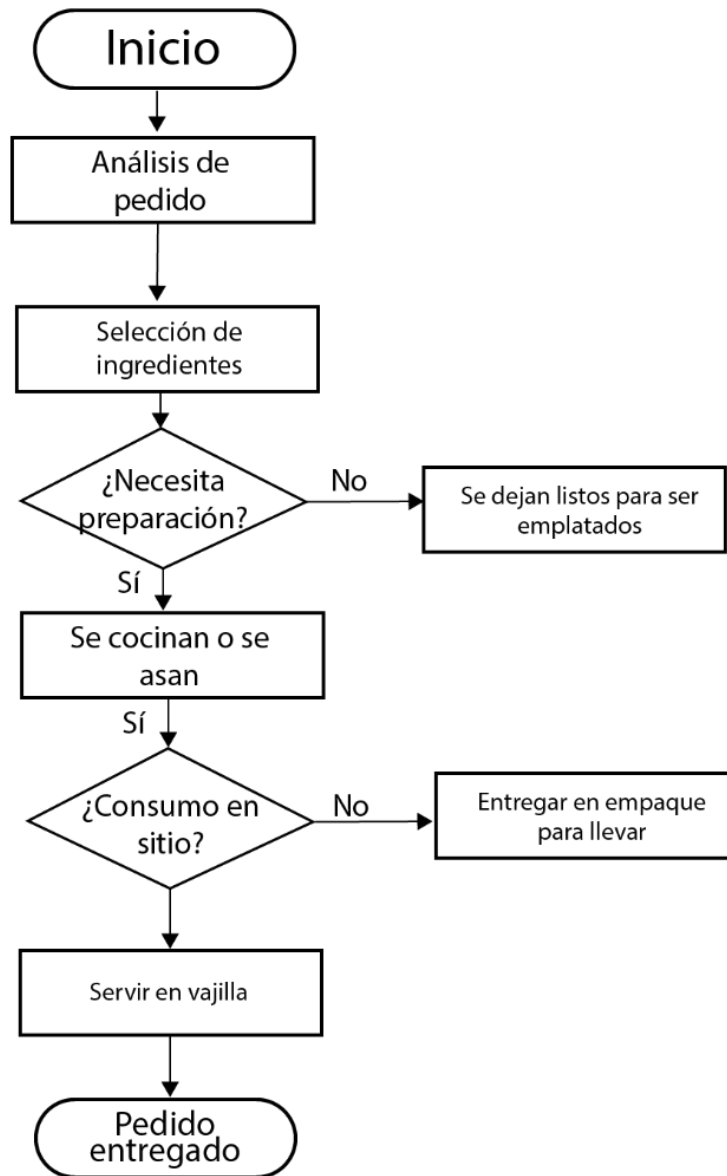
Figure 19. Diagrama de flujo de proceso de atención al cliente



Fuente: Elaboración propia, 2021.

Diagrama de flujo de proceso de preparación de pedido

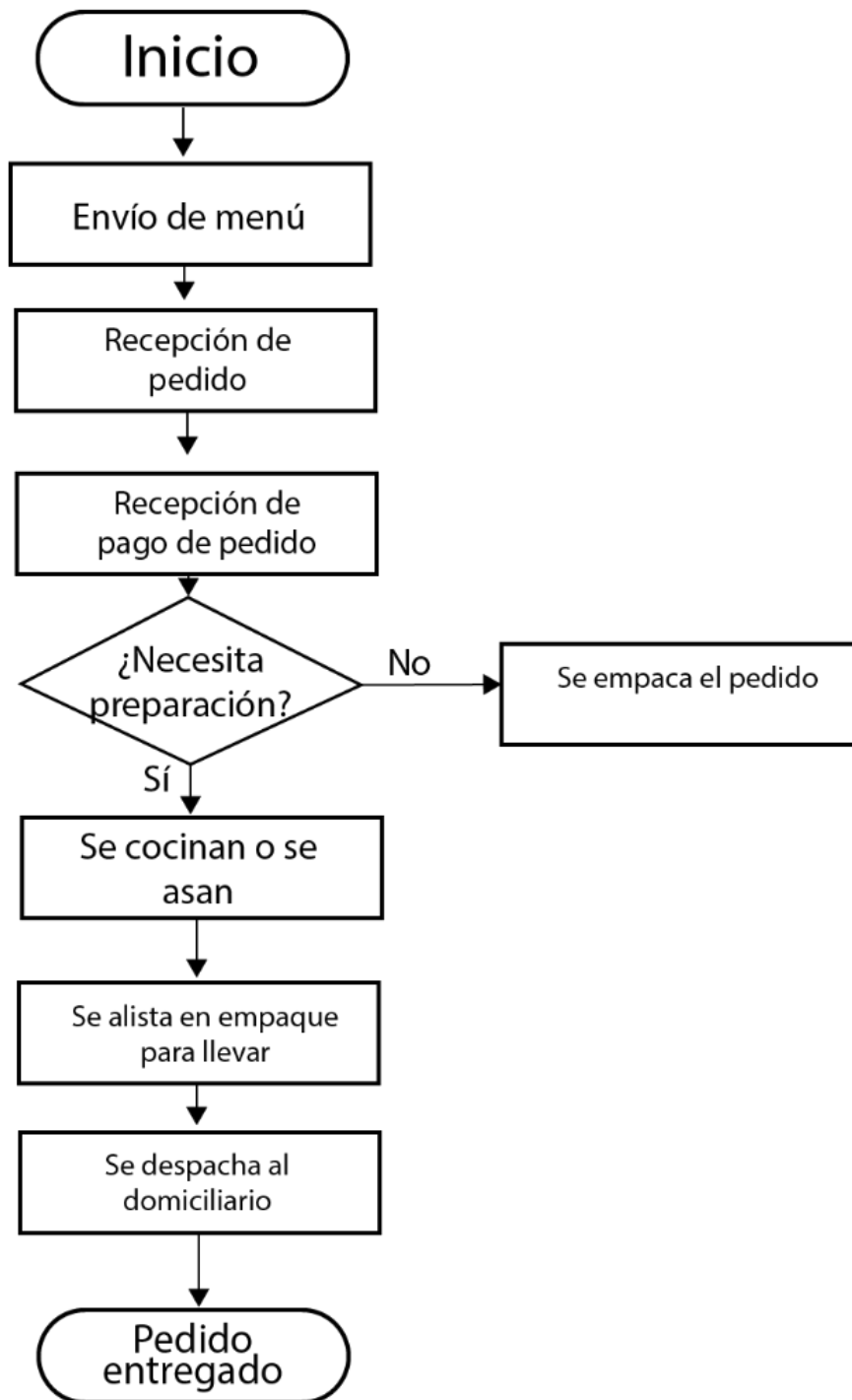
Figura 20. Diagrama de flujo de procesos de preparación de pedido



Fuente: Elaboración propia, 2021.

Diagrama de flujo de proceso de atención al cliente a través de medios electrónicos

Figure 21. Diagrama de flujo de proceso de atención a través de medios electrónicos



Fuente: Elaboración propia, 2021.

- **Capacidad instalada**

En este apartado se hace necesario determinar la capacidad instalada del restaurante, pues con ello se tiene conocimiento de cómo se pueden satisfacer los requerimientos del mercado.

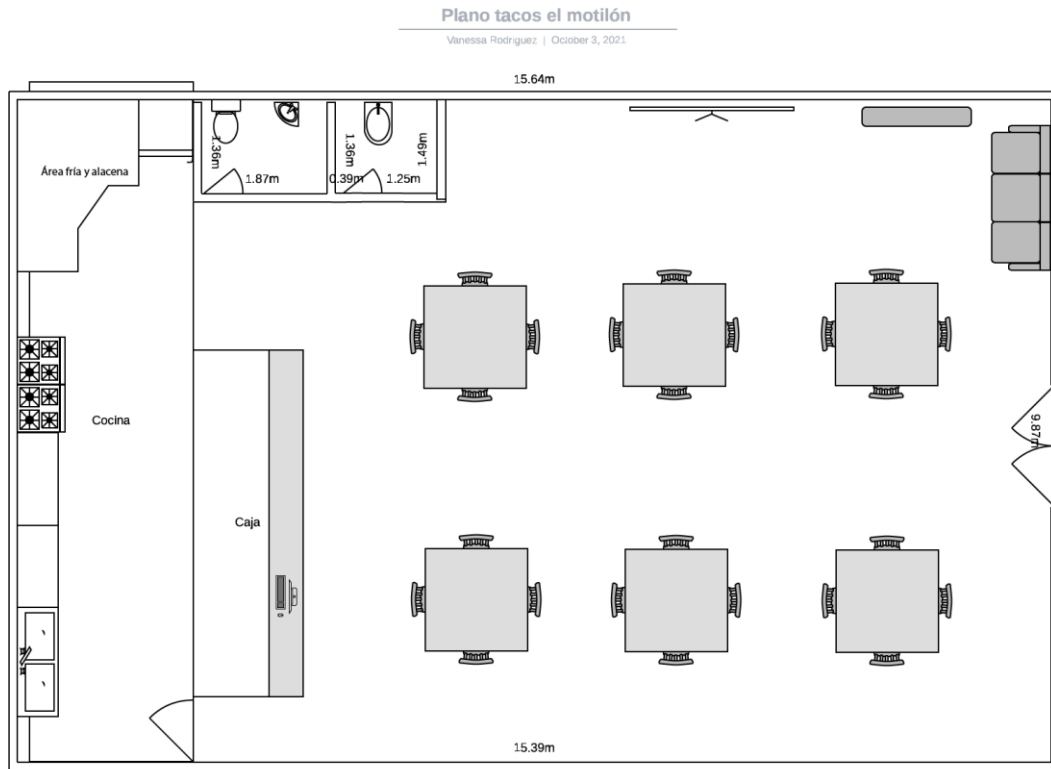
En el local habrá una capacidad para 6 mesas en el comedor, cada una con cuatro puestos. Serán distribuidas de tal forma que los clientes tengan el suficiente espacio para transitar y se sientan cómodos en el espacio. Así mismo en este espacio será ubicada la caja, el mostrador y los lugares de ambientación que serán de estilo mexicano.

En cuanto a la cocina, el espacio será suficiente para el jefe de cocina y sus dos auxiliares y allí se ubicará la freidora, la plancha, la cocina, 1 refrigerador de bebidas y 1 refrigerador de alimentos, electrodomésticos de cocina, muebles como mesas y utensilios en general.

Con estos espacios e implementos el restaurante contará con la capacidad de producir inicialmente 150 desayunos diarios entre tacos, pasteles y demás productos ofertados. Esta cantidad se irá aumentando buscando responder a la demanda del entorno.

5.2.2 Diseño de planta

Figura 22. Diseño de planta.







Fuente: Elaboración propia, 2021.

5.2.3 Recursos necesarios para operación óptima

Tabla 4. Recursos necesarios para operación óptima.

Implemento	Cantidad	Imagen de referencia
Pila de lavaplatos	1	 <p data-bbox="521 583 1370 632">Fuente: https://www.futuroprossimo.it/wp-content/uploads/2021/05/EBEE4658-277D-42FF-B84B-0694E898FD09.jpeg</p>
Freidora	1	 <p data-bbox="461 940 1430 974">Fuente: https://static.sammic.com/img/main/74655/be38f/freidora-f-3-3.jpg</p>
Plancha	1	 <p data-bbox="461 1234 1430 1304">Fuente: https://sfo2.digitaloceanspaces.com/eruditus/joserrago/f3aab8f3-72-web.jpg</p>
Cocina industrial	1	 <p data-bbox="461 1524 1430 1633">Fuente: https://img.milanuncios.com/fg/372/80/37280431_5.jpg?VersionId=cbfYIbLiknrOzBJHuch27n36wZqxX0hG</p>
Computador	1	 <p data-bbox="675 1864 1214 1894">Fuente: https://intelectouniversal.com/wp-</p>

		content/uploads/2020/06/funciones-de-la-computadora-1-scaled.jpg
Caja regist radota	1	 <p>Fuente: https://www.asturalba.com/maquinas/registradoras/images/caja-registradora-olivetti-ecr-8200s.jpg</p>
Calen tador	1	 <p>Fuente: https://m.media-amazon.com/images/I/614EhjTztSL._SL1000_.jpg</p>
Refri gerad or	2	 <p>Fuente: https://lh3.googleusercontent.com/proxy/WAVN_PYPWJp3zS9dySD03ts-qcycyeYXtCl-v5cENSGYvww_IyIP1V7uvKz3rbrJN61lclCbPeXY79KUH04apP5T3OfOgMrAwoO2M1DPltPDIZRZbnyh4eGY33pwwLFJbogg6jG8OLPYEXR6iG5fn6r</p>
Mesa	1	 <p>Fuente: https://m.media-amazon.com/images/I/51BkHa5WD0L._SX342_.jpg</p>


Juegos de mesa y sillas	6	 <p>Fuente: https://3dwarehouse.sketchup.com/warehouse/v1.0/publiccontent/13a296bc-53fe-49f1-b56d-eff0ab5fd09b</p>
Sofá	1	 <p>Fuente: https://falabella.scene7.com/is/image/FalabellaCO/881079027_1?wid=800&hei=800&qlt=70</p>
Televisor	1	 <p>Fuente: https://www.lg.com/cac/images/televisores/md07504085/gallery/D-2.jpg</p>
Implementos de cocina	Varios	 <p>Fuente: https://mundococina.es/wp-content/uploads/2015/08/utensilios-de-cocina-listado-de-nombre-menaje-de-cocina-aparatos-cosas-herramientas.jpg</p>

Tabla 5 – Recursos necesarios






5.2.4 Materia prima

Capital de trabajo

Restaurante Tacos el Motilón

Materia prima	Precio total	Imagen de referencia
Maíz	\$ 320.000	 <p>Fuente: https://molipeter.com/wp-content/uploads/2017/10/WhatsApp-Image-2019-09-18-lat-4.33.22-PM.jpeg</p>
Garbanzo	\$ 253.800	 <p>Fuente: https://www.prensalibre.com/wp-content/uploads/2019/07/shutterstock_469595090.jpg?quality=52&w=760&h=430&crop=1</p>
Papa	\$ 120.000	 <p>Fuente: https://www.crodelsa.com/wp-content/uploads/2020/10/1000008354.png</p>
Carne	\$ 920.000	 <p>Fuente: https://magazine.medlineplus.gov/images/uploads/main_images/red-meat-v2.jpg</p>
Pollo	\$1.234.113	 <p>Fuente: https://i.blogs.es/8ceb02/pollo_entero/450_1000.jpg</p>

Restaurante Tacos el Motilón

Cebolla	\$ 105.600	 <p>Fuente: https://www.lavanguardia.com/files/og_thumbnail/uploads/2018/07/13/5e99856f0b685.jpg</p>
Tomate	\$ 110.000	 <p>Fuente: https://cloudfront-us-east-1.images.arcpublishing.com/semana/UGEQV4FXHZBRRKOEY7WTKS7PHM.jpg</p>
Chile	\$ 162.000	 <p>Fuente: https://static3.depositphotos.com/1001275/130/i/950/depositphotos_1305781-stock-photo-chili-pepper.jpg</p>
Queso	\$ 124.500	 <p>Fuente: https://www.lacteoslatam.com/images/stories/2016/Diciembre/-nacl-queso-coste%C3%B1o-picado.jpg</p>
Huevos	\$ 96.000	 <p>Fuente: https://mejorconsalud.as.com/wp-content/uploads/2018/09/huevos-gallina-768x512.jpg</p>



Restaurante Tacos el Motilón

Salchicha	\$ 104.300	 <p>Fuente: https://www.consumer.es/wp-content/uploads/2021/01/salchichas-ingredientes.jpg</p>
Condimentos	\$ 35.000	 <p>Fuente: https://lh3.googleusercontent.com/proxy/TNglPhf4gmu98SvOnP3FjfM_pvB5rkmMzhZB_HLRhBKxH6pkjCaWJc-QVYFdPleLzh2p3oTi2G0c8CWOiHQNSlki0StrD20OfCmpIBHEV2YLe0Hrlb0</p>
Salsa de tomate	\$ 158.000	 <p>Fuente: https://unaitalianaenlacocina.es/wp-content/uploads/DSC_4573.jpg</p>
Mayonesa	\$ 158.000	 <p>Fuente: https://d1kxxrc2vqy8oa.cloudfront.net/wp-content/uploads/2019/06/05163209/RFB-2805-7-mayonesa.jpg</p>
Mostaza	\$ 88.000	 <p>Fuente: https://dam.cocinafacil.com.mx/wp-content/uploads/2020/11/mostaza.jpg</p>
Piña	\$ 70.000	 <p>Fuente: https://i.ytimg.com/vi/ZH2w3Sw4eJo/maxresdefault.jpg</p>

Restaurante Tacos el Motilón

Tartara	\$ 120.000	 <p>Fuente: https://cdn5.recetasdeescandalo.com/wp-content/uploads/2014/10/Salsa-t%C3%A1rtara-casera.jpg</p>
Sal	\$ 15.000	 <p>Fuente: https://www.lavanguardia.com/files/article_main_microformat/uploads/2019/09/17/5e99839c080be.jpeg</p>
Aceite	\$ 150.000	 <p>Fuente: https://jumbocolombiafood.vteximg.com.br/arquivos/ids/196257-750-750/7701018007267.jpg?v=636231964317130000</p>
Bolsas plásticas	\$ 10.000	 <p>Fuente: https://plasticoscalibrados.com/wp-content/uploads/2019/12/Bolsas-pl%C3%A1sticas-870x436.jpg</p>
Bolsas de papel	\$ 14.300	 <p>Fuente: https://unibol.com.co/Pictures/x-large/Product/2/2-01.JPG</p>

Restaurante Tacos el Motilón

Tenedores	\$ 75.000	 <p>Fuente: https://officenet.net.ve/50351-large_default/tenedores-de-plastico-manaplas-40-unidades.jpg</p>
Vasos	\$ 130.000	 <p>Fuente: http://coposplastico.com/WebRoot/Store/Shops/960737066/6092/B54E/C0D9/3BE8/B42E/25E6/6498/AA7D/Copo_Plastico_transparente_200.jpg</p>
TOTAL	\$	4.573.613

Fuente: Elaboración propia, 2021.

5.2.5 Viabilidad financiera

5.2.5.1 Ingresos

Son los ingresos que obtiene el restaurante de la venta de sus productos. Para realizar este cálculo se tuvo en cuenta el punto de equilibrio del proyecto y se tuvo en cuenta el aumento del IPC (Índice de Precios al Consumidor) proyectado en cada año.

Tabla 6. Ingresos

Ingresos	
Año 1	\$ 302.400.000
Año 2	\$ 312.984.000
Año 3	\$ 324.251.424
Año 4	\$ 1.426.706.268
Año 5	\$ 5.992.166.316

Fuente: Elaboración propia, 2021.

5.2.5.2 Egresos

Los egresos son los costos directos e indirectos donde se incluyen costos fijos y costos variables del restaurante.

Tabla 7. Egresos

Egresos	
Año 1	\$ 81.511.550
Año 2	\$ 84.362.065
Año 3	\$ 87.401.585
Año 4	\$ 384.566.975
Año 5	\$ 1.480.582.855

Fuente: Elaboración propia, 2021.

5.2.5.3 Flujo de caja proyectado

Tabla 8. Flujo de caja.

Flujo de caja proyectado					
AÑO	MES	INVERSIÓN	INGRESOS	EGRESOS	FNC
	0	-\$ 40.000.000,00	25.200.000	6.792.630	-\$ 40.000.000,00
2022	1		25.200.000	6.792.630	\$ 18.407.370,00
	2		25.200.000	6.792.630	\$ 18.407.370,00
	3		25.200.000	6.792.630	\$ 18.407.370,00
	4		25.200.000	6.792.630	\$ 18.407.370,00
	5		25.200.000	6.792.630	\$ 18.407.370,00
	6		25.200.000	6.792.630	\$ 18.407.370,00
	7		25.200.000	6.792.630	\$ 18.407.370,00
	8		25.200.000	6.792.630	\$ 18.407.370,00
	9		25.200.000	6.792.630	\$ 18.407.370,00
	10		25.200.000	6.792.630	\$ 18.407.370,00
	11		25.200.000	6.792.630	\$ 18.407.370,00
	12		26.082.000	6.792.630	\$ 19.289.370,00
2023	13		26.082.000	7.030.172,05	\$ 19.051.827,95
	14		26.082.000	7.030.172,05	\$ 19.051.827,95
	15		26.082.000	7.030.172,05	\$ 19.051.827,95
	16		26.082.000	7.030.172,05	\$ 19.051.827,95
	17		26.082.000	7.030.172,05	\$ 19.051.827,95
	18		26.082.000	7.030.172,05	\$ 19.051.827,95
	19		26.082.000	7.030.172,05	\$ 19.051.827,95
	20		26.082.000	7.030.172,05	\$ 19.051.827,95
	21		26.082.000	7.030.172,05	\$ 19.051.827,95
	22		26.082.000	7.030.172,05	\$ 19.051.827,95
	23		26.082.000	7.030.172,05	\$ 19.051.827,95
	24		26.082.000	7.030.172,05	\$ 19.051.827,95
2024	25		27.020.952	7.283.465,44	\$ 19.737.486,56
	26		27.020.952	7.283.465,44	\$ 19.737.486,56
	27		27.020.952	7.283.465,44	\$ 19.737.486,56
	28		27.020.952	7.283.465,44	\$ 19.737.486,56
	29		27.020.952	7.283.465,44	\$ 19.737.486,56

Restaurante Tacos el Motilón

	30	27.020.952	7.283.465,44	\$ 19.737.486,56
	31	27.020.952	7.283.465,44	\$ 19.737.486,56
	32	27.020.952	7.283.465,44	\$ 19.737.486,56
	33	27.020.952	7.283.465,44	\$ 19.737.486,56
	34	27.020.952	7.283.465,44	\$ 19.737.486,56
	35	27.020.952	7.283.465,44	\$ 19.737.486,56
	36	27.020.952	7.283.465,44	\$ 19.737.486,56
	37	118.892.189	32.047.247,95	\$ 86.844.941,05
	38	118.892.189	32.047.247,95	\$ 86.844.941,05
	39	118.892.189	32.047.247,95	\$ 86.844.941,05
	40	118.892.189	32.047.247,95	\$ 86.844.941,05
2025	41	118.892.189	32.047.247,95	\$ 86.844.941,05
	42	118.892.189	32.047.247,95	\$ 86.844.941,05
	43	118.892.189	32.047.247,95	\$ 86.844.941,05
	44	118.892.189	32.047.247,95	\$ 86.844.941,05
	45	118.892.189	32.047.247,95	\$ 86.844.941,05
	46	118.892.189	32.047.247,95	\$ 86.844.941,05
	47	118.892.189	32.047.247,95	\$ 86.844.941,05
	48	118.892.189	32.047.247,95	\$ 86.844.941,05
	49	499.347.193	134.598.441,40	\$ 364.748.751,60
	50	499.347.193	134.598.441,40	\$ 364.748.751,60
	51	499.347.193	134.598.441,40	\$ 364.748.751,60
	52	499.347.193	134.598.441,40	\$ 364.748.751,60
	53	499.347.193	134.598.441,40	\$ 364.748.751,60
2026	54	499.347.193	134.598.441,40	\$ 364.748.751,60
	55	499.347.193	134.598.441,40	\$ 364.748.751,60
	56	499.347.193	134.598.441,40	\$ 364.748.751,60
	57	499.347.193	134.598.441,40	\$ 364.748.751,60
	58	499.347.193	134.598.441,40	\$ 364.748.751,60
	59	499.347.193	134.598.441,40	\$ 364.748.751,60
		60	\$ 499.347.193	\$ 134.598.441,40

Fuente: Elaboración propia, 2021.

5.2.6 Evaluación del proyecto

- VAN

Tabla 9. VAN

Valor Actual Neto	
T.I	1%
Año	Flujos de efectivo
Año 1	\$ 220.888.440
Año 2	\$ 228.621.935
Año 3	\$ 236.849.838
Año 4	\$ 1.042.139.292
Año 5	\$ 4.376.985.019
VAN	\$ 4.095.115.952

Fuente: Elaboración propia, 2021.

El VAN arroja \$ 4.095.115.952, el cual es un resultado positivo, lo que quiere decir que el proyecto es viable al multiplicar la inversión.

- TIR

Tabla 10. TIR

TIR	>	T.I
46%	>	1%

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Al obtener una TIR del 46%, se deduce que el proyecto es viable económicamente, pues este valor es mayor que la tasa de interés de oportunidad que es el 1%.

- Punto de equilibrio

Tabla 11. Punto de equilibrio.

Costos Fijos	\$	6.042.630
Costo variable Unitario	\$	2.000
Precio de Venta Unitario	\$	7.000,00
PEQ		3021,315
PE\$	\$	21.149.205,00

Fuente: Elaboración propia, 2021.

El punto de equilibrio del proyecto demuestra que se deben vender 3.021 platos de comida al mes, lo que significa 150 platos diarios que representan el nivel más bajo de ventas que permitirán que el proyecto funcione.

5.2.7 Impactos

- **Impacto económico**

A través de la creación del restaurante se generará una ganancia económica que representará un beneficio para todas las personas que participen en el proyecto como lo son su creador, colaboradores y proveedores. Es decir, para aquellas personas que de manera directa o indirecta tengan una participación en el restaurante. Así mismo, este proyecto pretende aportar a la reactivación económica de la ciudad, tras enfrentarse a la situación de salud pública que está atravesando el mundo.

- **Impacto Social**

Con este proyecto se generarán empleos en la ciudad, lo que beneficiará a familias a partir del ingreso económico que generarán, lo que aportará al desarrollo local. De la misma manera, el personal será capacitado y adquirirá aprendizajes que aportarán a su desarrollo personal y profesional.

5.3 Proponer la estructura organizacional para el restaurante Tacos el Motilón.

5.3.1 Misión

Ofrecer platos innovadores que preserven las tradiciones locales y al mismo tiempo resalten los sabores de la gastronomía mexicana ofreciendo variedad de productos de alta calidad y a precios justos, buscando siempre la mejor experiencia para nuestros consumidores.

5.3.2 Visión

Aportar al crecimiento y desarrollo de la economía de la ciudad, convirtiéndonos en el mejor restaurante de comida local y mexicana, buscando aumentar la preferencia de los consumidores y posicionándonos a futuro a nivel nacional.

5.3.3 Valores corporativos

- Calidad
- Honestidad
- Respeto
- Actitud de servicio
- Liderazgo

5.3.4 Objetivos corporativos

Objetivo General

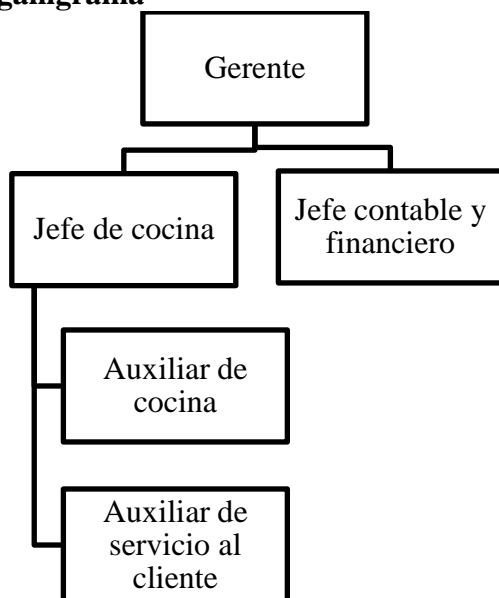
Ser reconocidos a nivel local como el mejor restaurante de comida mexicana, distinguiéndose por su nivel gastronómico y por la fusión de los sabores locales e internacionales, distinguiéndose por la calidad y el buen servicio.

Objetivos específicos

- Posicionar a Tacos el Motilón como un lugar representativo de la comida mexicana pero donde también se destaquen los ingredientes locales.
- Ofrecer al cliente una experiencia innovadora que se destaque de los demás sitios que ofrecen productos similares.
- Contribuir a la reactivación económica del país a través de la generación de empleo en la ciudad.

5.3.5 *Organigrama y perfiles*

Organigrama: El organigrama representa la estructura organizacional que tendrá el restaurante, a través de él se da a conocer su jerarquía, empezando con el máximo representante que será el gerente (persona jurídica).

Figura 23. Organigrama

Fuente: Elaboración propia, 2021.

A continuación, se presentará el manual de funciones de cada cargo que tendrá el restaurante Tacos el Motilón:

Tabla 12. Manual de funciones.

Cargo:	Gerente
Objetivo del cargo:	Representar el restaurante y liderar los recursos de la empresa para cumplir las metas propuestas.
Responsabilidades a tener en cuenta:	<ul style="list-style-type: none"> - Representante legal del restaurante. - Elaborar la planeación estratégica del restaurante. - Elaborar y medir resultados a través de

	<p>indicadores de gestión.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Coordinar los planes con las demás áreas. - Realizar proyecciones y presupuestos de la producción y operación del restaurante.
Cargo	Jefe de cocina
Objetivo del cargo	Manejar los procesos de operación y producción
Responsabilidades a cargo	<ul style="list-style-type: none"> - Coordinación y gestión de procesos de producción. - Diseño de planes de producción y de requerimientos de materiales - Calificación de proveedores. - Mejorar con constancia la presentación del producto para innovar con nuevos platos y estilos de cocina. - Control de calidad del producto terminado.
Cargo	Auxiliar de cocina
Objetivo del cargo	- Realizar las actividades de cocina encomendadas por el jefe de cocina.
Responsabilidades del cargo	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar manipulación de alimentos. - Procesar los alimentos - Mantener el lugar de trabajo limpio. - Despachar los alimentos elaborados.

Cargo	Jefe contable y financiero
Objetivo del cargo	Dirigir, planificar, organizar y controlar la gestión contable (contabilidad y liquidaciones de haberes) de la institución.
	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar el presupuesto financiero del restaurante. - Seguir y controlar de los ingresos y egresos del restaurante. - Llevar la contabilidad del restaurante. - Realizar los procesos de reclutamiento, selección y contratación de personal.
Cargo	Auxiliar de atención el cliente
Objetivo del cargo	Elaborar las actividades asignadas por el jefe de cocina.
Responsabilidades a tener en cuenta	<ul style="list-style-type: none"> - Tomar los pedidos de los consumidores - Verificar que los pedidos sean correctos. - Llevar control y operar la caja registradora. - Mantener el puesto de trabajo limpio.

Fuente: Elaboración propia, 2021.

6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

El restaurante Tacos el Motilón es un proyecto innovador en la ciudad de Cúcuta que busca satisfacer a los consumidores a través de desayunos que fusionen ingredientes típicos locales con sabores internacionales, específicamente mexicanos, lo que hará que los platos resulten más atractivos a los públicos.

Con el estudio de mercado se logró identificar el potencial de la demanda y de la misma manera identificar las características de los consumidores, los cuales se encuentran en un rango de edad de 20 a 31 años y se caracterizan por pertenecer a la clase media. Así mismo se determinó los canales de venta más llamativos para la población, los cuales serán implementados en la puesta en marcha del proyecto.

El estudio técnico del proyecto permitió conocer cada uno de los requisitos físicos y técnicos que son necesarios para la puesta en marcha del restaurante, así como organizar la manera en que se desarrollaran los diferentes procesos con el fin de brindar un mejor servicio y calidad a los consumidores, mostrando cuales son todos los elementos necesarios para el funcionamiento del negocio.

En cuanto al estudio económico y financiero, los resultados arrojaron la factibilidad de la creación del restaurante Tacos el Motilón, pues se obtuvieron valores positivos. La Tasa Interna de Retorno (TIR) fue del 46%, superando la Tasa de Interés (T.I), lo cual demostró que la inversión se recuperará pues los ingresos son mayores que los egresos. En cuanto al Valor Presente Neto (VPN) fue de \$ 4.095.115.952 que es un valor positivo, y permite visibilizar la viabilidad en términos económicos de realizar el proyecto.

Restaurante Tacos el Motilón

Por último, se determinó parte de la filosofía corporativa como la misión, visión y objetivos corporativos que guiaran el desarrollo de las actividades en el restaurante. Así mismo se estableció el organigrama organizacional y se especificaron cada uno de los cargos junto con sus objetivos y las funciones que tendrá que cumplir cada integrante del equipo de talento humano, con el fin de que el restaurante funcione y cada persona esté alineada a unos objetivos en común en el desarrollo de sus labores.

6.2 Recomendaciones

Para que el proyecto sea estable en el mercado, es importante que exista una innovación constante tanto en los platos como en sus presentaciones, puesto que el consumidor tiende a buscar opciones diferentes y nuevos estilos, de la misma manera, el servicio al cliente juega un papel fundamental, por lo que el personal deberá ser constantemente capacitado también en este punto para que le brinde la mejor atención y se atraigan más consumidores. Esto se logra motivando constantemente a los colaboradores para que adquieran sentido de pertenencia con la organización y se conviertan en portadores del buen nombre del lugar.

Así mismo, se debe tener en cuenta la realización de un adecuado plan de direccionamiento estratégico donde se tengan presentes todos los objetivos y metas a mediano y largo plazo y se debe verificar que todo el personal trabaje en conjunto para el logro de cada uno de ellos.

Por último, las estrategias de mercadeo deben ser cuidadosamente diseñadas con el fin de que lleguen al público objetivo y brinden unos mensajes amigables y llamativos que atraigan a más consumidores a través de diferentes plataformas o tipos de publicidad física y virtual.

Referencias

- Baca, G. (2010). Evaluación de Proyectos. México.
- Balseca, M. (2021). LÍNEA DE TRANSPORTE TURÍSTICO: ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO. *Trabajo de pregrado [Universidad Estatal Península de Santa Elena] Repositorio Upse*. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5665/1/UPSE-TDT-2021-0001.pdf>
- Bancolombia. (11 de Junio de 2021). *Bancolombia*.
<https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios/actualizate/perspectivas-economicas/como-les-fue-a-bares-y-restaurantes-colombianos-2020-por-pandemia>
- Bernal, C. L., & Artunduaga, I. A. (2020). RETOS Y OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR GASTRONÓMICO: UN LLAMADO PARA REINVENTAR SU MODELO DE NEGOCIO. Creative Commons.
- Clemente, E. D., Mogollón, J. M., & López, T. (30 de Octubre de 2013). La gastronomía como patrimonio cultural y motor del. *La gastronomía como patrimonio cultural* , 817-833.
- Comidas Típicas de Otavalo. (2016). http://comidastipicasdeotavalo.mex.tl/918475_concepto-del-yamor.html
- DANE. (29 de Enero de 2021). *Principales indicadores del mercado laboral*. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_dic_20.pdf
- Echavarría, M., & Sierra, V. (2017). Estudio de pre factibilidad financiera para el montaje de un restaurante de menú y a la carta de comida colombiana, italiana y mexicana en la ciudad de Medellín. *Trabajo de posgrado [Institución Universitaria ESUMER] Repositorio ESUMER*.
<http://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/esumer/2416/1/Estudio%20de%20pre%20facti>

Restaurante Tacos el Motilón

bilidad%20financiera%20para%20el%20montaje%20de%20un%20restaurante%20de%20omen%3%ba%20y%20a%20la%20carta%20de%20.pdf

Espinoza, E. (2019). Obtenido de Métodos y Técnicas de recolección de la información :

<http://www.bvs.hn/Honduras/UICFCM/SaludMental/Metodos.e.instrumentos.de.recoleccion.pdf>

Fernández, E. (10 de Diciembre de 2016). *Cómo llegó la gastronomía mexicana a ser patrimonio*

de la humanidad. <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/gastronomia-mexicana-patrimonio-de-la-humanidad/>

Festival Wine & Food. (1 de junio de 2017). *La gastronomía mexicana y su evolución al*

“Modernismo” culinario. Obtenido de Wine & Food Festival:

<https://wineandfoodfest.com/la-gastronomia-mexicana-evolucion-al-modernismo-culinario/>

Hidalgo, L. F. (2014). La Cultura del Emprendimiento. *Revista Alternativas*, 15 (1), 46-50.

[file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/DialnetLaCulturaDelEmprendimientoYSuFormacion-5599803%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/DialnetLaCulturaDelEmprendimientoYSuFormacion-5599803%20(4).pdf)

Hurtado, A. (2018). Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida al

estilo gourmet en la ciudad de Cúcuta Norte de Santander. Cúcuta, Colombia: *[Tesis de pregrado]* Repositorio UNILIBRE.

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/11775/informe%20final%20julian%20hurtado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Kotler, Bloom, & Hayes. (2004). *El marketing de servicios profesionales*. México: Paidós.

Lévi Strauss, C. (1970). *El origen de las maneras de la mesa*. México: SIGLO XXI.

Restaurante Tacos el Motilón

López, N., & Sandoval, I. (2019). Métodos y técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa.

<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/176/3/M%c3%a9todos%20y%20t%c3%a9nicas%20de%20investigaci%3%b3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>

López, P. L. (2009). Población muestra y muestreo. *Punto Cero*, 9(8), 69-74.

<http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v09n08/v09n08a12.pdf>

Meléndez, J. M., & Cañez, G. M. (2009). La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local: el caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México. *Estudios sociales*, 17. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572009000300008)

[45572009000300008](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572009000300008)

Moreno, Z., Parra, M., Villasmil, M., Hernández, B., & Sonia, D. (2017). Importancia del

Pensamiento Estratégico y Acciones Estratégicas para impulsar el emprendimiento social en as universidades venezolanas. *ESPACIOS*, 38(45).

<https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/3291/Importancia%20del%20pensamiento%20estrat%c3%a9gico%20y%20acciones%20estrat%c3%a9gicas%20para%20impulsar%20el%20emprendimiento%20social%20en%20las%20universidades%20Venezolanas.pdf?sequence=1&isAll>

Muñoz, E., & Herrera, V. (2019). PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN

RESTAURANTE TÍPICO MEXICANO “EL MOLCAJETE” EN EL ÁREA DEL CASCO ANTIGUO CORREGIMIENTO DE SAN FELIPE DE LA CIUDAD DE PANAMÁ. *Actas del IV Congreso Investigación, Desarrollo e Innovación*, 40-49.

<http://www.idi-unicyt.org/wp-content/uploads/2019/12/ACTAS-DEL-IV-CONGRESO-IDI-UNICyT-v-13-dic-2019.pdf#page=47>

Restaurante Tacos el Motilón

Nava, R., & Marbelis, A. (2009). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14 (48) , 606-628.

<https://www.redalyc.org/pdf/290/29012059009.pdf>

Opinión, L. (10 de Mayo de 2021). 17.000 personas salieron de la clase media en 2020. *La Opinión*.

Osterwalder, A. (2014). *The Business Model Ontology*. USA: Universite De Laussane.

Portafolio. (26 de Julio de 2020). Restaurantes: un 30% ha tenido que cerrar por la pandemia.

Portafolio.

Rodríguez, F. D. (Septiembre de 2016). Proyecto para la creación de un restaurante de comida rápida mexicana especializada en burritos. México, México.

Romero, A., Salazar, A., & Somarriba, Y. (2021). Estudio de pre- factibilidad para la creación de un restaurante de tacos con un horizonte proyectado de 5 años en la zona urbana de la ciudad de León, Nicaragua. *Trabajo de pregrado* [UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA] Archivo digital

[.http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/bitstream/123456789/8739/1/245916.pdf](http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/bitstream/123456789/8739/1/245916.pdf)

Rosales, R. (2005). *Formulación y Evaluación de Proyectos*.

Semana. (2019). El sector gastronómico se abre paso en Cúcuta. *Revista Semana* .

Semana. (2021). ¿Cómo va la reactivación del sector gastronómico en Colombia? *Revista Semana*.

Tatiana, L. (2016). ESTUDIO GASTRONÓMICO ACERCA DE LA COMIDA TÍPICA QUEVEDEÑA CON EL PROPÓSITO DE DAR A CONOCER EL PLATO TÍPICO TRADICIONAL DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2016. *Trabajo de pregrado*

Restaurante Tacos el Motilón

[Universidad de Guayaquil] Repositorio Ug.

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/14768/1/Tesis%20Tatiana.pdf>

Timmons, J. A. (1989). *La Cultura del Emprendimiento*.

Velásquez, L., & Alberto, S. (2018). *Viabilidad para la creación de un restaurante de gastronomía mexicana en la ciudad de Pereira*. Pereira, Colombia. [*Trabajo de pregrado*] Universidad Católica de Pereira. Repositorio UCP.

<https://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/5292/1/DDMNI39.pdf>

7 Anexos

Anexo 1 – Encuesta

- Correo electrónico
 - Género
 - Edad
1. ¿Usted suele comprar alimentos preparados fuera de casa?
 - Sí
 - No
 2. ¿Cada cuánto visita un restaurante para desayunar?
 - Siempre
 - Casi siempre
 - Muy poco
 - Nunca
 3. ¿Prefiere consumir comidas con sabores e ingredientes locales o internacionales?
 - Locales
 - Internacionales
 4. En Cúcuta, ¿Ha probado la fusión de platos típicos de la ciudad con sabores e ingredientes de otro país?
 - Sí
 - No
 5. ¿Dentro de cuál rango considera que está su presupuesto para desayunar en un restaurante de la ciudad?
 - Entre \$2.000 y \$5.000

Restaurante Tacos el Motilón

- Entre \$5.000 y \$7.000
 - Entre \$7.000 y \$10.000
 - Más de \$10.000
6. ¿Con qué sabor internacional se identifica más?
- Mexicano
 - Italiano
 - Venezolano
 - Chino
7. ¿Probaría un taco mexicano con relleno a base de garbanzo?
- Sí
 - No
 - Tal vez
8. ¿Qué tiene más valor para usted al momento de visitar un nuevo restaurante?
- Nuevos sabores.
 - Variedad de elección.
 - Decoración temática.
9. ¿Cuál considera la mejor red social para ver publicidad de productos?
- Facebook
 - Instagram
10. Al momento de visitar un restaurante usted prefiere:
- Comodidad
 - Buen servicio
 - Calidad

Restaurante Tacos el Motilón

- Precio

11. ¿Considera las plataformas digitales una buena opción para hacer compras de comida?

- Facebook
- Instagram