

**PLAN DE NEGOCIO PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD DE UN RESTAURANTE
DEDICADO A LA ELABORACIÓN Y VENTA DE CALENTADOS**

AUTORES

**MARIA PAULA RAMOS SERRANO
FELKIN YAMID RAMÍREZ YEPES**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA FINANCIERA
NEIVA - HUÍLA
2019**

**PLAN DE NEGOCIO PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD DE UN RESTAURANTE
DEDICADO A LA ELABORACIÓN Y VENTA DE CALENTADOS**

AUTORES

**MARIA PAULA RAMOS SERRANO
FELKIN YAMID RAMÍREZ YEPES**

Presentado para obtener título de Especialistas en Gerencia Financiera.

Tutor

HUGO FERNANDO CABRERA

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA FINANCIERA
NEIVA - HUILA
2019**

ÍNDICE

<i>Lista de tablas.....</i>	6
Modulo 1. Presentación.....	8
Modulo 2. Fundamentación de la idea de Negocio.....	9
Modulo 3. Componentes de Ciencia, Tecnología e Innovación.....	10
Modulo 4. Justificación.....	11
Modulo 5. Objetivos	14
Objetivo General:	14
Objetivos Específicos.....	14
1. Diagnostico estratégico.....	14
2. Mercados:	14
3. Análisis operativo:.....	15
4. Análisis jurídico:.....	15
5. Análisis financiero:	15
Modulo 6. Planeación Estratégica.	15
Análisis Externo:	15
Contexto Social.....	16
Contexto Geográfico	17
Contexto Económico.....	17
Contexto Ambiental.	18
Contexto Político.....	18
Contexto de competencia.	18
Análisis Interno	20
Especialización en el producto:	20
Prestación del servicio:.....	20
Publicidad y promociones en medios digitales:	20
Procesos de calidad:	20
Ubicación:	21
Arriendo de local:.....	21
Parqueaderos:.....	21
Reinducción:	21
Capacidad competitiva:	21
Matriz DAFO.....	22
Misión.	23
Visión.	23
Modulo 7. Investigación de Mercados.	23
El Mercado Potencial:	23
Targets:	23
Principales competidores	24
Descripción del producto o servicio.....	27
Modulo 8. Marketing	28

Política del Producto	28
Política de Precios:	31
Políticas de Promociones:	32
Política de Distribución.	32
Política del Servicio al cliente.....	33
Proyección en ventas.....	34
<i>Modulo 9. Plan Operativo.</i>	35
Descripción del proceso de fabricación del producto.	35
Montañero:.....	35
Criollo:	35
Ranchero:	35
Casero:	36
Marinero:.....	36
Vegetariano:	36
Distribución de áreas de operación.	36
Proceso de Compras.....	36
Proceso de Elaboración.....	37
Proceso final.....	37
Proveedores	38
Localización.....	38
Distribución de áreas de operación.	40
<i>Módulo 10. Aspectos Legales y Recursos Humanos.</i>	43
Tipo societario, objeto y razón social.	43
Personal	46
Organigrama	46
Tipo de contrato y forma remunerativa	47
Nómina	48
Otras Obligaciones Tributarias	50
Registro de la Marca	50
Permiso de funcionamiento para restaurantes.	50
<i>Módulo 11. Plan de Inversión y Financiación</i>	51
Capital de Trabajo	51
Inversión Fija	52
Inversión Diferida	53
Costos año por producto	53
<i>Costo año por producto.</i>	53
Gastos de nómina, administrativos y prestacionales	60
Ingresos por ventas	64
Punto de equilibrio	66

Flujo de caja financiado	69
Balance General.....	70
<i>Módulo 12. Análisis de Riesgos</i>	<i>72</i>
 Análisis de Sensibilidad	73
<i>Módulo 13. Sostenibilidad Ambiental y Responsabilidad Social Empresarial.....</i>	<i>100</i>
<i>Modulo 14. Resumen ejecutivo</i>	<i>102</i>
<i>Sitios de apoyo y referencia</i>	<i>106</i>

Lista de tablas

Tabla 1 Presentación.....	8
Tabla 2. Inflación	18
Tabla 3. Oportunidades y Amenazas	19
Tabla 4. Matriz de Evaluación Interna (MEFI).....	22
Tabla 5. Matriz DAFO	22
Tabla 6. Targets	23
Tabla 7. Productos.	28
Tabla 8. Productos 2	29
Tabla 9. Precios	31
Tabla 10. Consumo, Mercado Objetivo, Tendencia	34
Tabla 11. Supuestos del Proyecto	34
Tabla 12. Proceso de Compras	36
Tabla 13. Proceso de Elaboración	37
Tabla 14. Proceso Final	38
Tabla 15. Cargo Gerente General	40
Tabla 16. Cargo Chef.....	41
Tabla 17. Asistente de Cocina	42
Tabla 18. Operario de Transporte	42
Tabla 19. Mesero.....	43
Tabla 20. Distribución Accionaria	45
Tabla 21. Nomina	49
Tabla 22. Capital de Trabajo.....	51
Tabla 23. Inversión Fija	52
Tabla 24. Inversión Diferida	53
Tabla 25. Costos año por insumo	53
Tabla 26. Costo año por producto.	53
Tabla 27. Costo Porcentual	54
Tabla 28. Tabla de Costos	55
Tabla 29. Materia Prima	57
Tabla 30. Equivalencia Materia Prima.....	58
Tabla 31. Costos Empaque y Otros	60
Tabla 32. Costos Año	60
Tabla 33. Gastos Nómina y Otros.....	60
Tabla 34. Depreciaciones.....	62
Tabla 35. Amortización	63
Tabla 36. Pronostico de Ventas.....	64
Tabla 37. Consumo y Mercado Objetivo	65
Tabla 38. Amortización	65
Tabla 39. Punto de Equilibrio.....	66
Tabla 40. Estados Financieros	67
Tabla 41. FCF.....	69
Tabla 42. Balance General	70

Tabla 43. Análisis Financiero	71
Tabla 44. Análisis de Sensibilidad	73
Tabla 45. Mapa Riesgos.....	72
Tabla 46. Sostenibilidad ambiental y RSE	100
Tabla 47.....	103
Tabla 48.....	103
Tabla 49.....	104

Modulo 1. Presentación

Tabla 1 Presentación

Nombres y Apellidos	
María Paula	Ramos Serrano
Felkin Yamid	Ramírez Yepes
Razón Social	Ramos & Ramírez S.AS
Correo Electrónico	ryrscompany@gmail.com
Conocimiento y Experiencia del Equipo En El Negocio	El equipo cuenta con una experiencia leve sobre el proyecto.
Programa de Formación	Especialización en Gerencia Financiera
Dirección y Municipio	Calle 6c No 72c-65 Bogotá D.C

Nota: Fuente: Propia. Nomina a los integrantes del presente documento.

Modulo 2. Fundamentación de la idea de Negocio.

Puesta en marcha de un Plan de Negocio para determinar la viabilidad de un restaurante dedicado a la elaboración y venta de calentados renace de una idea desarrollada a finales del año 2016; la cual se basó, en la idea de vender calentados a través de un carro de comidas rápidas denominado FoodTruck, el cual se desarrolló parcialmente.

La idea de elaborar y vender calentados nace de ver a las personas mezclando legumbres con arroz y proteína (pollo, res, cerdo) en el desayuno, en el almuerzo y en la cena, con los mismos alimentos elaborados el día anterior, o en el mismo día; los cuales unidos permiten disfrutan de un plato que puede llegar a ser nutritivo, rico para el paladar y sencillo al elaborar.

La idea también surge con el propósito de resaltar los alimentos que produce el territorio colombiano, permitiendo de esta manera darles a estos una forma nueva al momento de cocinarlos y servirlos. Los calentados conforme a la gastronomía colombiana son elaborados con las sobras de comidas que no se consumieron al día anterior, sin embargo, la idea de negocio se tiene planteada no tiene este propósito, por el contrario, lo que se quiere, es brindar alimentos frescos y de calidad con el propósito de capturar a los comensales que quieran disfrutar de nuestra comida.

Como se expresó anteriormente, la idea de negocio renace del desarrollo de una idea inconclusa que en un principio gustó a quienes probaron de los platos y del servicio que se prestó, sin embargo, es preciso manifestar que el retorno que se esperaba del negocio no surtió los efectos esperados por cuanto el mismo dependía de otros FoodTruck para su puesta en marcha. Es por esta razón que los asociados desean la renacer el negocio, pero bajo unas nuevas circunstancias y bajo una nueva idea localizada del negocio; persistiendo de esta manera en una idea que desde la perspectiva de quienes ya probaron el sabor y de quienes inauguraron la idea creen que la idea puede ser rentable.

Modulo 3. Componentes de Ciencia, Tecnología e Innovación.

La elaboración de los platos del restaurante y del proyecto no contienen componentes de ciencia y tecnología, sin embargo, la innovación del producto resulta atractivo para las personas que deseen probar una forma tradicional en un restaurante de un producto que en su mayoría se encuentra consume en casa.

El caso más reciente dentro del territorio de Neiva sobre este producto es el que los estudiantes de este proyecto realizaron a finales del año 2016, quienes con verdad pueden manifestar que el producto gustó y la idea fue novedosa en su momento.

Sin embargo, es importante manifestar que el plan de mercadeo debe contener tecnología para poder desarrollar un plan de mercadeo que le permita al restaurante ser conocido por muchas personas y de esta manera poder tener las ventas que se requieren, para ello se requiere poner en marcha una página de Facebook y además una página en Instagram que permitan de esta manera que los futuros consumidores tengan la posibilidad de conocer los productos que el restaurante va ofrecerles.

Es importante traer a colación que otro caso exitoso de un producto parecido al que se pretende realizar, es Calentao Express en la ciudad de Bogotá, sin embargo, es importante manifestar que la idea no es extraída de esta idea, por el contrario cuando descubrimos que también existía este restaurante, nuestro negocio ya se había desarrollado. Frente a este restaurante, es decir, Calentao Express lo que se pudo investigar es que el restaurante no ha podido evolucionar como ha debido, por el contrario, el restaurante ha venido cerrando establecimientos a nivel Bogotá.

Modulo 4. Justificación.

La diversidad gastronómica en Colombia es extensa, de hecho, aproximadamente por Departamento encontramos un plato típico el cual distingue a la población, por ejemplo encontramos en Antioquia y todo el eje cafetero la Bandeja Paila, en Cundinamarca y Bogotá el Ajiaco, en el Tolima y el Huila la Lechona el Tamal y el Asado Huilense, de la misma manera en Nariño en Cuy etc; sin embargo, es preciso recordar que la tradición española la cual heredamos deja en nuestro mundo gastronómico el consumo constante de legumbres, combinada con la cultura indígena tradicional basada en maíz y frijoles produjo que en Colombia pudiéramos degustar de productos ricos en proteína vegetal y en carbohidratos los cuales, se pretenden presentar en el presente proyecto, sin embargo la idea es poder llevar estos alimentos a un sabor gourmet, el cual le brindará a parte de la comida tradicional un toque de glamur y de excelente presentación. ¿Por qué no comer lo tradicional de manera elegante? Es uno de los interrogantes que los presentes nos hacemos dentro del presente proyecto.

El negocio de la gastronomía ha venido en crecimiento en Colombia, el desempleo de muchos profesionales ha conllevado a que jóvenes monten su propio negocio, en muchos casos, poniendo en marcha los conocimientos adquiridos durante sus estudios en pregrado, “en 2017 nacieron mas de 1.300 empresas dedicadas al negocio, un renglón que mueve aproximadamente \$36 billones anuales” (2018). Jóvenes emprendedores que le apostaron a abrir su propio restaurante. **(DINERO, 2018)**

El Informe de coyuntura económica regional por sus siglas ICER expedido por el DANE en el año 2015 – El mas reciente - encontramos que el crecimiento de restaurantes ha venido aumentando en el Departamento del Huila.

“Por el lado de la oferta, las grandes ramas que jalaron el Producto interno bruto (PIB) fueron: i) establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas, con aumento de 4,3%. Este se sustentó en el desempeño de la intermediación financiera; ii) comercio, reparación, restaurantes y hoteles (4,1%), explicado por la evolución de los renglones de reparación de automotores, hotelería, restaurantes y bares, iii) construcción (3,9%), la cual desaceleró su ritmo de crecimiento con relación a los dos años precedentes; en esta sobresalió la construcción de obras civiles, y iv) agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca (3,3%), fundamentado en el significativo crecimiento del cultivo de café” (2015 ICER.DANE) (DANE ,2016)

Grandes ramas de actividad	2010	2011	2012	2013	2014p
Producto interno bruto	5,6	6,7	2,1	4,2	4,6
A Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	9,4	0,2	-3,2	13,3	9,8
B Explotación de minas y canteras	-1,8	-2,8	-11,6	-3,9	-5,1
C Industria manufacturera	-3,2	7,6	3,4	2,4	4,1
D Electricidad, gas y agua	-2,4	19,1	-6,7	-3,4	8,4
E Construcción	17,8	15,7	19,7	6,9	9,0
F Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	5,1	7,3	3,4	4,6	6,2
G Transporte, almacenamiento y comunicaciones	2,8	25,2	3,6	4,1	0,1
H Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas	3,2	7,0	6,0	5,4	7,3
I Actividades de servicios sociales, comunales y personales	7,9	2,2	6,4	4,9	5,1
Derechos e impuestos	3,7	11,4	7,0	5,3	3,8

p Cifra provisional.

Nota: Variación calculada a pesos constantes de 2005 por encadenamiento.

Fuente: DANE.

Ilustración 1

Igualmente, dentro de la capital del departamento, encontramos lo siguiente:

“Neiva presentó en 2015 una población ocupada de 158 mil personas (con una variación de 3,2% anual), concentrada principalmente en las ramas de comercio, hoteles y restaurantes (35,3%), servicios comunales, sociales y personales (25,5%), transporte, almacenamiento y

comunicaciones (9,9%) e industria manufacturera (8,3%). De estos sectores, sólo hubo incrementos respecto a 2014 en servicios comunales, sociales y personales (con una variación anual de 5,7% y una diferencia positiva de 2,2 Huila 2015 37 Informe de Coyuntura Económica Regional miles de personas) y en comercio, hoteles y restaurantes (con 4,1% de variación anual y un incremento de 2,2 miles de personas) (cuadro 2.3.5)” (2015 ICER.DANE) (DANE, 2016)

El crecimiento de los restaurantes dentro de la ciudad de Neiva ha venido aumentando lo que infiere que es viable y con un proyecto adecuado la puesta en marcha de un restaurante, y mas si se tiene en cuenta la clase de comida que se pretende sacar adelante con el presente proyecto, pues como se ha venido expresando, el objetivo es brindar al consumidor un producto autóctono colombiano con un ambiente gourmet, pero con un precio asequible al bolsillo del huilense y neivano.

Neiva como capital necesita contar con una cantidad de restaurantes acordes con la cantidad de personas que constantemente visitan la ciudad, esto es por cuestión de negocios, turismo o por personas que van de paso; por lo cual la cantidad de restaurantes y conforme al aumento poblacional deberá ir aumentando para de esta manera poder satisfacer las necesidades de las personas que desean salir de sus casas y poder degustar una buena comida; al respecto es importante traer a colación la comida que mediante el presente proyecto se pretende mostrar, pues dentro de la ciudad son pocos los restaurantes de comida típica colombiana la que podemos encontrar y más si tenemos en cuenta que no existe un restaurante especializado en la venta de calentados gourmet; es un mercado aún sin descubrir.

El éxito de un restaurante es impredecible, pero podemos encontrar como ejemplo restaurantes que se dediquen a un objeto similar; por ejemplo, en Neiva la venta de arroz paisa,

aunque como se dijo anteriormente, el propósito del presente proyecto es diferente, pero si compramos estos con los calentados, existen muchos alimentos similares, por ejemplo, el plátano, el chicarrón, la carne molida, la carne de cerdo, el arroz, los frijoles y entre otros alimentos que al momento de servir y preparar son idénticos; a la fecha, vale la pena recalcar que dichos restaurantes como el arroz paisa han comenzado a tener un gran interés por la población huilense muy especialmente, las personas residentes en la ciudad de Neiva; de la misma manera, podemos hacer una similitud con el arroz chino, el cual desde hace aproximadamente una década ha venido teniendo un valor importante en la capital huilense; pues los fines de semana muchas familias optan por pedir a domicilio o salir a restaurantes de comida china.

En conclusión, la idea de montar un negocio de venta de calentados se debe porque dentro de la ciudad de Neiva no existe un lugar especializado en la venta de este tipo de producto alimenticio, igualmente porque el ideal de vender este tipo de comida se hará de manera gourmet y finalmente porque seremos los únicos que brindaremos una venta enfocada al cliente.

Modulo 5. Objetivos

Objetivo General: Plan de negocio para determinar la viabilidad de un restaurante dedicado a la elaboración y venta de calentados.

Objetivos Específicos

1. **Diagnostico estratégico:** Análisis paralelos que permiten una evaluación de la situación actual de los inversores y persona jurídica. (Análisis interno, análisis externo, matriz DAFO, misión y visión)
2. **Mercados:** Se busca analizar el mercado objetivo y el mercadeo con el ánimo de saber el poder conocer el posible potencial del objeto del negocio (Política del producto, precios, distribución, servicio al cliente, proyecto de ventas)

3. **Análisis operativo:** Conocer el ciclo de producción de los productos a ofrecer, los proveedores con los cuales la sociedad tendrá contacto permanente para la adquisición de productos que posiblemente se utilizaran, la localización del punto comercial head office , la ficha técnica del producto o servicio know how.
4. **Análisis jurídico:** Donde analizaremos la empresa a constituir, las personas a cargo de la empresa, la modalidad de contratación a cada una de ella y las obligaciones financieras a las que haya lugar por la constitución de una sociedad.
5. **Análisis financiero:** Analizar la estrategia de financiación para la puesta en marcha del restaurante, la estructura de este, la inversión inicial, presupuesto de ingresos y egresos, balance general inicial, estado de resultados, punto de equilibrio, flujo de caja, TIR y VPN.

Modulo 6. Planeación Estratégica.

El análisis estratégico o la planeación estratégica se realizará conforme a lo siguiente:

Análisis Externo:

Dentro del análisis externo se ha podido encontrar lo siguientes contextos.

- a. **Contexto Social.**
- b. **Contexto Geográfico.**
- c. **Contexto Económico.**
- d. **Contexto Ambiental.**
- e. **Contexto Político.**
- f. **Contexto de Competencia.**

Contexto Social.

Dentro de la ciudad de Neiva se pueden encontrar cantidades de restaurantes, de hecho, dentro de los mejores restaurantes para ir a disfrutar de una cena encontramos conforme el análisis que realiza TripAdvisor que los diez mejores restaurantes para dicha página son los siguientes:

- Bistro Restaurante Bar
- El Solar
- Guantánamo y Son
- Nagasaky Restaurante Bar
- La Granja Burger.
- El Patio.
- La Cava Wine & Food
- Frupy`s
- La Checa Restaurante Checoslovaco y Jardín de Cerveza
- Restaurante Pincho Parrilla.

Como podemos apreciar, los anteriores obedecen a comida de diferente variedad, lo que podríamos inferir que los neivanos no prefieren un restaurante en especial que tenga determinadas características culinarias, por el contrario, la tendencia de los nuevos restaurantes tanto en Neiva como en otras ciudades del país como lo es en Bogotá, encontramos la tendencia de los restaurantes temáticos, donde apreciamos el diseño de muchos de ellos relacionados a lo que quieren ofrecer dentro de sus plato, es el ejemplo muchos de los anteriores ofrecen a parte de la comida la posibilidad de consumir una copa de vino, o departir con unas cervezas el cierre de la cena y además muchos ofrecen comidas de lugares determinados. (Oportunidad mayor)

Dentro de este Contexto es importante tener en cuenta el momento que atraviesa la población neivana, es decir, el estado de desempleo y de oportunidades para poder llegar a un restaurante para poder cenar, almorzar o desayunar; igualmente hay que tener en cuenta la población menor la cual prefiere en una gran mayoría la comida rápida; lo que sería una gran desventaja en comparación con otros restaurantes. (Amenaza mayor)

Es importante tener en cuenta el alto pago de el impuesto al consumo que deben pagar los consumidores de cada restaurante, esto hace y sumado al desempleo, la falta de oportunidades laborales que las personas no quieran consumir dentro de un establecimiento de comercio o restaurante. (Amenaza menor)

Contexto Geográfico

Este contexto, determinar la ciudad donde operará el restaurante; el cual será en la ciudad de Neiva, capital del Departamento de Huila. La ubicación de la ciudad es muy favorable para los intereses del restaurante, y esto, porque cualquier persona que desee pasar para la parte sur del país debe cruzar de manera casi obligada por la ciudad. (Oportunidad mayor)

El acceso a la ciudad se puede realizar en dos diferentes formas, la primera a través de carretera o de manera aérea; sin embargo, en su mayoría, la gran cantidad de turistas llegan por medio del transporte terrestre, bien sea con carros particulares o mediante transporte público. (Oportunidad menor)

Contexto Económico.

Los impuestos que debe pagar el sector comidas, restaurantes y bares, son fundamentales para poder realizar una evaluación, pues cada departamento impone las tarifas que desea implementar por los restaurantes. (Amenaza menor)

Las tasas de intereses que puedan pagar los inversionistas para el pago del crédito o alguna futura adecuación física que se le quiera hacer al establecimiento y el cual signifique la solicitud de dinero a los bancos para poder adelantar dichas tareas o inversiones. (Amenaza mayor)

La inflación es otro factor que puede influir, sin embargo, a la fecha y conforme al cierre del año pasado, respecto a este índice, se encontró que a febrero de 2019 en comparación del cierre del 2018, encontramos la inflación en menores cifras. (Amenaza menor)

Tabla 2. Inflación

Inflación promedio 2018	Inflación febrero 2019
3.18%	3.01%

Nota: Fuente Propia; demuestra la inflación promedio del año anterior y a la fecha de elaboración del documento.

Contexto Ambiental.

No se encuentra dentro de esta variable posibilidad de amenaza respecto al lugar donde se realizará el proyecto, y esto se debe porque a pesar de que dentro del Departamento existe un volcán como es el Nevado del Huila, este, se encuentra alejado de la capital de Neiva y solo afectaría a los municipios que quedan en su zona contigua.

Por otro lado, no se descarta un desastre como consecuencia de un terremoto, el cual podría afectar la estructura del restaurante y la posibilidad de que las personas durante un tiempo prolongado deseen ir a restaurantes a cenar, almorzar o desayunar. (Amenaza menor)

Contexto Político

Frente a esta variable encontramos la imposición de nuevos tributos que se tengan que cancelar a raíz del déficit económico de la ciudad; de la misma manera una renovación en el POT que impida que en el lugar donde se encuentre operando el restaurante sea declarado zona prohibida para la venta de comida o de licores. (Amenaza menor)

Contexto de competencia.

Existencia de futura competencia; esta posibilidad es alta toda vez que es una situación frecuente cuando descubres que alguien comienza a tener éxito en un negocio o cuando observas que existe una idea nueva la cual puede copiar. (Amenaza menor)

Competencia existente; No existe a la fecha un restaurante o establecimiento de comercio que se dedique a este objeto como es la producción y venta de calentados, lo que infiere que no existe mayor riesgo. (Oportunidad mayor)

Informalidad; en la ciudad de Neiva, existen muchos restaurantes que a la fecha tienen dentro de su menú la venta de alimentos similares a los que se quieren ofrecer dentro de proyecto; es por eso por lo que, frente esta variable, podemos encontrar un gran riesgo al encontrar muchos restaurantes que venden comida mal llamada corriente (frijoles, lentejas, garbanzos, arroz, carne, plátano, huevo, etc) (Amenaza mayor)

El arriendo; puede generar otro inconveniente si encontramos que por causas ajenas a la voluntad del propietario del establecimiento de comercio resulta que el dueño del inmueble (local) decida pedirlo y generando de esta manera una carga adicional para el proyecto pues, se tendría que ver la posibilidad de buscar un nuevo local, mejorar las condiciones de pago del actual en cuanto pago de arriendo se refiere o vender el establecimiento de comercio. (Amenaza menor)

Tabla 3. Oportunidades y Amenazas

Factores Externos	Valor	Clasificación	Promedio
Oportunidades			
Sin competencia	0,30	4	1.2
Localización Geográfica	0,10	2	0.2
Visitas de turistas	0,05	2	0.1
Carreteras para llegar a Neiva	0.05	2	0.1
Total			1.6
Amenazas			
Arriendo	0.07	1	0.07
Informalidad	0,10	2	0.2
Futura competencia	0,10	2	0.2
Nuevos impuestos	0.09	1	0.09
POT	0.02	1	0.02
Terremoto	0.02	1	0.02
Desempleo	0.10	2	0.2

Total	0.8
Total	2.4

Nota: Fuente propia. Determina las debilidades y fortalezas externas del proyecto de acuerdo conforme a la explicación del cuerpo normativo explicado.

Análisis Interno

Dentro del análisis interno podemos encontrar los siguientes aspectos:

Especialización en el producto: Con la creación del restaurante, se pretende impulsar platos que no se ofrecen en ninguna parte del territorio Huilense, incluso el sabor y la presentación de cada plato se hará de manera detallada. De esta manera; se espera que el consumidor final, reciba del restaurante un sabor exclusivo y único. (Fortaleza Mayor)

Prestación del servicio: Se quiere que la prestación del servicio sea cálida con los clientes, escuchar sus quejas y sus inquietudes frente al producto final, debe ser la prioridad para el restaurante; igualmente de las quejas, se debe dar inmediata solución al cliente, hasta que este quede completamente satisfecho con el producto final presentado. (Fortaleza menor)

Publicidad y promociones en medios digitales: La finalidad de la publicidad es traer a clientes nuevos, mantener a los existentes y generar expectativa a la competencia; por lo tanto, es importante hacer uso de la modernidad y ser consecuentes con el medio ambiente, en consecuencia, se hace necesario realizar una campaña publicitaria agresiva a través de los medios digitales, dentro de la cual se encuentre Facebook, Instagram, Waze, Google Maps, TripAdvisor entre otros. (Fortaleza menor)

Procesos de calidad: El concepto de calidad debe entenderse como procesos dentro de los cuales, exista una supervisión constante, una capacitación constante y un control sobre el resultado, por lo tanto, todos los procesos desde la compra de los insumos para la elaboración hasta entregar el plato servido en la mesa debe estar debidamente calculado y elaborado, permitiendo de esta manera, que los errores y los imprevistos no existan dentro del servicio del restaurante; y

permitiendo de esta manera que los clientes se sientan satisfechos con el producto y el servicio ofrecido. (Fortaleza Menor)

Ubicación: La ubicación es un elemento importante para el restaurante pues de este dependerá en gran parte el éxito; esta debe ser en un lugar concurrido por personal, donde no exista competencia alrededor de productos similares y por supuesto que tenga dentro de su estructura un área necesaria y requerida conforme al estimado en ventas. (Debilidad mayor)

Arriendo de local: El arriendo de un local genera una gran dificultad y una incertidumbre enorme, pues a pesar de las precauciones legales que se puedan tomar al momento de realizar el contrato de arrendamiento, el dueño del local está en su derecho; aumentar el canon (conforme a la normativa legal) y solicitar la entrega del inmueble; la no renovación del contrato, generando de esta manera un riesgo de volver a encontrar una ubicación adecuada conforme a las necesidades y proyecto del restaurante. (Debilidad mayor)

Parqueaderos: Contar con un local que tenga disponibilidad de parqueaderos genera en el cliente una percepción de seguridad, de tranquilidad y de gusto por el restaurante (Debilidad mayor)

Reinducción: Contar con una capacitación constante a los empleados, genera en la empresa un plus pues constantemente, los empleados tienen reinducciones que los hace mejorar al momento de prestar su servicio y llegar de esta manera a una profesionalidad en la prestación del servicio (Fuerza Mayor)

Capacidad competitiva: Una de las cualidades de las empresas es poder tener un sistema claro de costos, en donde se pueda en tiempos de crisis mejorar la oferta en beneficio del cliente, pero sin generar pérdidas para la empresa. La adecuación a las circunstancias provenientes de la

competencia genera que una empresa tenga la capacidad de adaptarse de manera rápida sin perjudicar los P y G.

Tener la capacidad de imponer los precios y adaptarse a ellos muestra en una empresa la pauta en la industria. (Debilidad menor)

Tabla 4. Matriz de Evaluación Interna (MEFI)

Fortalezas internas			
Factores Internos	Valor	Clasificación	Valor ponderado
Claves			
Especialización en el producto	0.15	4	0.6
Presentación del Servicio.	0.08	3	0.2
Publicidad y promociones digitales	0.08	3	0.2
Re inducción	0.10	4	0.4
Proceso de calidad	0.09	3	0.2
SUB TOTAL			1.6
Debilidades Internas			
Ubicación	0.20	2	0.4
Arriendo del local	0.15	2	0.3
Parqueaderos	0.09	2	0.18
Capacidad competitiva	0.06	1	0.06
SUB TOTAL			0.94
Total	1.00	-	2.54

Nota: Fuente propia. Determina los factores internos, debilidades y fortalezas por los cuales el proyecto tiene un valor interno.

Matriz DAFO.

Tabla 5. Matriz DAFO

Análisis Interno	Análisis Externo
Debilidades	Amenazas
Ubicación	Arriendo
Arriendo del local	Informalidad

Parqueaderos
Capacidad competitiva

Fortalezas

Especialización en el producto
Presentación del Servicio.
Publicidad y promociones digitales
Reinducción
Proceso de calidad.

Futura competencia
Nuevos impuestos
POT
Terremoto
Desempleo

Oportunidades

Sin competencia
Localización Geográfica
Visitas de turistas
Carreteras para llegar a Neiva

Nota: Fuente propia. Reúne las debilidades y fortalezas del cuerpo normativo y de las matrices internas y externas del proyecto

Misión.

Brindar a nuestros clientes, turistas, huilenses y residentes de la ciudad de Neiva, los mejores calentados típicos colombianos, los cuales le recordaran los mejores sabores de mi tierra colombiana. Prestamos nuestros servicios con los mejores estándares de calidad; permitiendo de esta manera que nuestros clientes y personal sientan en nuestra empresa bienestar, un ambiente afectuoso y un lugar como en casa.

Visión.

Ser el restaurante dentro del departamento del Huila más importante en la preparación de calentados para el año 2022, ofreciendo calidad, calidez y amor a nuestros clientes. Ser los mejores en los sabores de mi tierra.

Modulo 7. Investigación de Mercados.

El Mercado Potencial: Todos los posibles consumidores del producto que la empresa desea comercializar y vender dentro del territorio de Neiva.

Targets: Dentro de los objetivos a los cuales dirigiremos la oferta serán:

Tabla 6. Targets

Trabajadores: Empleados,
independientes

Trabajadores que por su cercanía con el restaurante tomen este como una opción diaria para poder almorzar, desayunar tomar un break o cenar.

Estudiantes Universitarios	Este objetivo implica de la misma manera poder realizar domicilios aquellas personas que por su trabajo no puedan salir con el tiempo deseado a disfrutar de su hora de almuerzo.
Familias	Al ser un punto central dentro de la ciudad de Neiva, encontramos cercanía con la CorHuila, el Sena y la Uniminuto Uno de los objetivos principales es que las familias puedan de la misma manera disfrutar de un plato que por su regionalismo puede atraer a grupos de familias para que puedan disfrutar de los sabores de mi tierra.

Nota: Fuente propia. Determina los objetivos, los clientes potenciales a los cuales el proyecto quiere apuntar.

Principales competidores

Dentro de los principales competidores encontramos a todos los restaurantes donde se consumir alimentos que tengan una gran similitud con lo que ofreceremos, es decir, restaurantes informales, pero indiscutiblemente encontramos un restaurante que puede ser una competencia directa y es Frijoles y Calentados.



Fuente: (Calentados, s.f.)

Ilustración 2

Igualmente podemos encontrar a los arroces paisas y a los arroces chinos, por cuanto la naturaleza del producto se está basado con arroz mezclado con otros alimentos, lo que indicaría la similitud de estos con los calentados que pretendemos poner a consideración del cliente.

ARROZ PAISA® EL ORIGINAL

COMBOS

- CHULE COMBO**: Chuleta de Pollo o Cerdo con Papa a la Francesa o Chop Suey. \$11.000 + Arroz Paisa o Arroz Ranchero.
- CROQUE COMBO**: Croquetas de Pollo en Salsa apurílica, Chop Suey o Papa a la Francesa. \$11.000 + Arroz Paisa o Arroz Ranchero.
- TERI COMBO**: Trozos de Pollo en Salsa Teriyaki con Papa a la Francesa o Chop Suey. \$11.000 + Arroz Paisa o Arroz Ranchero.
- COSTI COMBO**: Costillas de Cerdo en Salsa BBQ con Papa a la Francesa o Chop Suey. \$11.000 + Arroz Paisa o Arroz Ranchero.
- COMBO ALITAS**: Alitas en Salsa BBQ con Papa a la Francesa o Chop Suey. \$11.000 + Arroz Paisa o Arroz Ranchero.

Domicilios

320 320 5273
PBX: 865 99 00
Carrera 2 No. 11 - 21
Neiva

Adicionales

PAPAS A LA FRANCESA	\$3.000	POLLO A LA NAGUANÁ (6 unid.)	\$6.000	ALITAS DE POLLO (10 unid.)	\$6.000	COSTILLAS DE CERDO BBQ (4 unid.)	\$7.000	CHULETA DE CERDO (11 unid.)	\$4.000	CHULETA DE POLLO (11 unid.)	\$4.000
BEBIDAS			GASEOSA LITRO 1/4	\$3.000	Me. TEA	\$2.000					
			GASEOSA POITOBON 350	\$2.000	AGUA	\$2.000					
			JUICO HIT	\$2.000							

Ilustración 3

Fuente: (Paisa, s.f.)



Ilustración 4

Fuente: (Fung, Loon Fung, s.f.)



Ilustración 5

Fuente: (Marco`s, s.f.)

Finalmente, también encontramos otro restaurante en la capital del Departamento del Huila, tradicional como su comida: Los Arrieros



Ilustración 6

Fuente: (Arrieros, s.f.)

Descripción del producto o servicio.

Serán seis los calentados que se ofrecerán al cliente, al respecto encontramos los siguiente:

Calentaditos		Domicilio: 320 302 2940	
MONTAÑERO			
Arroz + Frijol Lomo de cerdo Chicharrón Platano maduro Maiz tierno			
Mediano	Grande		
\$8.500	\$10.500		
Criollo			
Arroz + Lentejas Carne desmechada Chorizo Platano maduro Maiz tierno			
Mediano	Grande		
\$8.500	\$10.500		
Ranchero			
Arroz + Frijol Lomo de cerdo Morcilla Salchicha Ranchera Platano maduro Maiz tierno			
Mediano	Grande		
\$8.500	\$10.500		
Casero			
Arroz + pasta Carne molida Jamón Pollo Hogado Maiz tierno			
Mediano	Grande		
\$8.500	\$10.500		
Marinero			
Arroz Camarón Mix Mariscos Cebolla Pimentón Plantano maduro Maiz tierno			
Mediano	Grande		
\$10.500	\$12.500		
Vegetariano			
Arroz + lenteja/frijol Champiñones Pimentón Cebolla Platano maduro Maiz tierno			
Mediano	Grande		
\$7.500	\$9.500		

Fuente: Propia

Ilustración 7

Lo anterior corresponde a lo siguiente:

Tabla 7. Productos.

Calentaditos		
Montañero	Criollo	Ranchero
Arroz	Arroz	Arroz
Frijol	Lentejas	Frijol
Lomo de Cerdo	Carne desmechada	Morcilla
Chicharrón.	Chorizo	Salchicha Ranchera
Plátano maduro.	Plátano Maduro	Plátano Maduro
Maíz tierno	Maíz Tierno	Maíz tierno
Casero	Marinero	Vegetariano
Arroz	Arroz	Arroz
Pasta	Camarón	Lenteja/Frijol
Carne Molida	Mix de Mariscos.	Pimentón
Jamón	Cebolla	Cebolla
Pollo	Pimentón	Plátano Maduro
Hogado	Plátano Maduro	Maíz Tierno
Maíz Tierno	Maíz Tierno	

Nota: Fuente propia. Determina los Productos a ofrecer dentro del restaurante.

Cada ingrediente se prepara por separado y se tiene preelaborado; cuando el cliente toma la orden, los ingredientes se ponen en un sartén y se comienzan a mezclar con las especias secretas que le dan el toque casero y de buen sabor a la comida que se prepara.

Modulo 8. Marketing

Política del Producto

El ideal y la esencia del producto que se pretende ofrecer al consumidor la posibilidad de adquirir un producto alimenticio que le recuerde a su casa, a sus raíces colombianas, pero con un toque de gourmet que le dará la posibilidad al comensal la posibilidad de digerir un producto igual que en su casa pero en nuestro restaurante.

La política de servicio debe ser calurosa, y demasiado gentil para el cliente, pues el ideal no solamente es vender productos como si fueran en casa, si no también la posibilidad que este sienta que lo atienden en casa.

La presentación del producto es muy importante para la empresa, pues queremos que las personas como mencionó anteriormente vivan una experiencia como si fuera su casa; por ello, es tan importante contar con elementos agradables a la vista del cliente, que sienta que los platos, cubiertos, vasos sean similares a los que toma en casa; por ellos presentamos a continuación las características de los platos, no solamente sus componentes sino también en donde se servirán.

Como se explicó con anterioridad el proyecto se enfatiza en la venta de calentados, los cuales son los siguientes:

Tabla 8. Productos 2

Calentaditos		
Montañero	Criollo	Ranchero
Arroz	Arroz	Arroz
Frijol	Lentejas	Frijol
Lomo de Cerdo	Carne desmechada	Morcilla
Chicharrón.	Chorizo	Salchicha Ranchera
Plátano maduro.	Plátano Maduro	Plátano Maduro
Maíz tierno	Maíz Tierno	Maíz tierno
Casero	Marinero	Vegetariano
Arroz	Arroz	Arroz
Pasta	Camarón	Lenteja/Frijol
Carne Molida	Mix de Mariscos.	Pimentón
Jamón	Cebolla	Cebolla
Pollo	Pimentón	Plátano Maduro
Hogado	Plátano Maduro	Maíz Tierno
Maíz Tierno	Maíz Tierno	

Nota: Fuente propia. Determina los Productos a ofrecer dentro del restaurante.

Los anteriores platos se servirán bajo dos tamaños: 16 onzas y 24 onzas



Ilustración 8

Fuente: (Esmeralda, s.f.)

Plato plano para servir dentro del establecimiento.



Ilustración 9

Fuente: (Sentry, s.f.)

Plato hondo para servir dentro del establecimiento.



Ilustración 10

Fuente: (Darnel, s.f.)

Empaque twist para los domicilios, existentes en 16 y 24 onzas

Los anteriores productos se venderán bajo la marca del restaurante la cual se denomina Calentaditos.



Ilustración 11

Fuente: Propia

Cabe resaltar que los productos que se ofrecerán al cliente, son productos frescos y su elaboración se hará de manera individual y con la correcta supervisión del gerente y del chef, quienes deberán ser personas idóneas para el correcto proceso de elaboración; de esta manera cumpliremos y ofreceremos proceso de calidad.

Política de Precios: Los precios se determinarán conforme al producto que se encuentra dentro del plato de comida; pues dentro de algunos el costo para poder producir dicho plato podrá variar; por ejemplo, platos como el marinero, por sus insumos como son los productos de mar, tendrá un valor superior en comparación con otros, los cuales su costo será inferior, por respecto a esto, encontramos el valor del plato vegetariano.

Tabla 9. Precios

Onzas	Máximo	Mínimo
16	\$11.500	\$ 7.500
24	\$15.000	\$10.000

Nota: Fuente propia. Valor de los platos a ofrecer dentro del restaurante

Frente a los precios, estos se incluirán y se desarrollarán con mayor precisión dentro del análisis de plan de inversión y financiación.

Es claro que el precio que se refiere en el presente proyecto es dado conforme a los costos de producción y operación; sin embargo, se tuvo también en cuenta los precios de la competencia, que aunque como se ha venido explicado dentro del proyecto, se ajusten a la posibilidad de adquirir el producto por parte del neivano y del huilense; esto quiere decir que el precio se debe ajustar también a la capacidad de adquisición del cliente al cual el proyecto quiere apuntarle.

Políticas de Promociones: Para promocionar los productos, se tiene previsto:

- Atención al cliente de manera óptima. De esta manera, el cliente volverá al establecimiento por el trato, la atención personalizada y directa que a través de nuestros trabajadores brindaremos.
- Se promocionará el producto a través de las redes sociales: Facebook e Instagram, igualmente, se pagará publicidad en aplicaciones como Google Maps, Waze, Uber Eats, Rappi, y Domicilos.com, las cuales resultan ser las mejores formas de ubicar el establecimiento de comercio, así como también poder realizar los domicilios que nuestros clientes requieran.

Política de Distribución.

Por la naturaleza del negocio, el canal de distribución de los productos se realizará de manera directa. Sin embargo, es importante manifestar y ratificar como se expresó anteriormente que de manera directa y conforme a las nuevas estrategias del mercadeo, una de las fuentes de distribución las cuales se tiene planificada, es la realización de distribución a través de las aplicaciones.

La distribución directa se realizará de la siguiente manera:

Venta exclusiva en el restaurante sin la posibilidad que el cliente adquiera otros productos en diferentes restaurantes, la venta y el consumo se realizará directamente en el local.

Venta exclusiva en loca, el cliente, puede comprar el producto y llevarlo al lugar donde este desee consumirlo.

La distribución indirecta se realizará de la siguiente manera:

Vía internet, aplicaciones.

Política del Servicio al cliente

La atención al cliente de un restaurante la tenemos focalizada en mantener siempre al cliente feliz, que sienta el restaurante como su casa y como un lugar tranquilo donde pueda disfrutar de sus alimentos; es por eso, que para poder desarrollar ello, es necesario poder contar con un personal dentro del mismo que este motivado a realizar las funciones y en atender al cliente de una manera optima y feliz. Para esto, igualmente desde la gerencia de la empresa es importante brindarle a sus trabajadores pasión y amor por la empresa.

Uno de los conceptos mas importantes de atención al cliente desde la perspectiva de restaurantes y cafés, lo lidera Starbucks, quienes desde el momento de llegada del cliente lo reciben con la mejor atención de todas; de hecho, la fidelidad que maneja la cadena de cafés siempre ha estado es conocer al cliente, y brindarle a este lo que más le gusta, que este tenga la posibilidad de crear su propio café con los gustos y sabores que el dese; o también que este pueda cambiar el producto que solicito las veces que desee hasta que el cliente quede satisfecho del producto. Este concepto es atraído por el restaurante que se desea instalar; lo importante siempre estará encaminado a satisfacer al cliente, mejorándole los productos, si este tiene alguna queja por el plato que se va a comer, el ideal es que los trabajadores siempre tengan la mejor disposición para cambiarlo hasta que este quede feliz de la atención que se le brinda.

Proyección en ventas

Conforme a la experiencia vivida y narrada al principio del presente documento, es importante manifestar que el presente estudio de mercado y las posibles ventas que se podrían realizar en el restaurante, obedecen a la cantidad de Calentados que se vendían en horarios no laborales, esto es en horario comprendido de 6 de la tarde a 10 de la noche; en donde se podían llegar a vender entre 25 y 20 calentados diarios.

En adición a lo anterior, tomamos la cantidad de habitantes de Huila y de Neiva y encontramos que, dentro de esta, existe un porcentaje de personas que salen a consumir alimentos por fuera de su lugar de vivienda por lo menos una vez a la semana, la cual consideramos como público objetivo: (Nielsen, 2016)

Tabla 10. Consumo, Mercado Objetivo, Tendencia

CONSUMO	Neiva	
Población Huila	347,500	
Consumo comida fuera del hogar (1 vez x sem)	13,900.00	4%
Personas consumen a la semana	556	
Mercado objetivo	72.28	
Tendencia del Mercado (crecimiento)	3%	

Nota: Fuente propia: Porcentaje de la cantidad de colombianos que comen por fuera de su casa, en contraste con la población que lo hace en Neiva; mercado objetivo al cual el proyecto quiere apuntar.

Conforme a lo anterior esperamos vender 1680 Platos al mes, los cuales corresponden a 56 calentados diarios.

Tabla 11. Supuestos del Proyecto

SUPUESTOS DEL PROYECTO	
Platos/Mes	1,680
Impuesto de renta	35%

Nota: Fuente propia. Supuesto de los platos que se pueden vender.

De los anteriores platos vendidos, se espera que al día se vendan la suma de 56 platos, meta la cual no esta lejos, por cuanto dichos platos se podrán vender en un horario de venta mas

amplio que el proyecto anterior, pues como se ha venido diciendo dentro del presente documento, se espera poder vender en una franja horaria comprendida de 8:00 am a 8:00 pm de lunes a domingo.

Modulo 9. Plan Operativo.

Descripción del proceso de fabricación del producto.

Como se explicó con anterioridad; es necesario tener los alimentos precocidos con anterioridad a la orden del cliente; esto, por cuanto es importante no solamente ofrecer un producto saludable, sino también un producto dentro del cual el cliente no requiera esperar mucho tiempo para poder adquirir el producto.

Se debe dejar en claro, que alimentos que sean de un vencimiento muy acelerado o pronto, como es el tema de las legumbres; se deben cocinar el mismo día en horas de la mañana; si la producción no logra venderse, se debe tener el cuidado de botar dichos alimentos.

Montañero: Se mezclan todos los ingredientes precocidos; esto es: Arroz, Frijol, Lomo de Cerdo, Chicharrón, Plátano maduro, Maíz tierno en un sartén o asador; se le agrega un poco de aceite, sal y especias; se mezclan todos hasta formar un solo cuerpo y se sirve.

Criollo: Se mezclan todos los ingredientes precocidos; esto es: Arroz, Lentejas, Carne desmechada, Chorizo, Plátano Maduro, Maíz Tierno, se le agrega un poco de aceite, sal y especias; se mezclan todos hasta formar un solo cuerpo y se sirve.

Ranchero: Se mezclan todos los ingredientes precocidos; esto es: Arroz, Frijol, Morcilla, Salchicha Ranchera, Plátano Maduro, Maíz tierno, se le agrega un poco de aceite, sal y especias; se mezclan todos hasta formar un solo cuerpo y se sirve.

Casero: Se mezclan todos los ingredientes precocidos; esto es: Arroz, Pasta, Carne Molida, Jamón, Pollo, Hogado, Maíz Tierno, se le agrega un poco de aceite, sal y especias; se mezclan todos hasta formar un solo cuerpo y se sirve.

Marinero: Se mezclan todos los ingredientes precocidos; esto es: Arroz, Camarón, Mix de Mariscos, Cebolla, Pimentón, Plátano Maduro, se le agrega un poco de aceite, sal y especias; se mezclan todos hasta formar un solo cuerpo y se sirve.

Vegetariano: Se mezclan todos los ingredientes precocidos; esto es: Arroz, Lenteja/Frijol, Pimentón, Cebolla, Plátano Maduro, Maíz Tierno, se le agrega un poco de aceite, sal y especias; se mezclan todos hasta formar un solo cuerpo y se sirve.

Distribución de áreas de operación.

Dentro de la operación podemos encontrar tres fases de esta: El proceso para conseguir los materiales para la elaboración de los productos, (Proceso de Compras) la elaboración dentro de la cocina del establecimiento de comercio, (Proceso de preparación) y finalmente servir y entregar en mesa o en casa el producto que se elabora. (Proceso final) Para lo anterior es necesario explicar los procesos conforme a lo siguiente:

Proceso de Compras.

Tabla 12. Proceso de Compras

Proceso de Compras	
Responsable	Descripción
Manager/ Chef/ Conductor	<p>Los responsables de esta actividad deben dirigirse cada día en la mañana al supermercado o plaza de mercado indicada en el plan de mercadeo para poder escoger, y pagar los alimentos que componen la base de los alimentos a preparar.</p> <p>Dentro de dichas compras es necesario realizar las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Frijoles. -Lentejas. -Pasta

- Arroz.
- Carnes (Cerdo, Res, Pescados, Pollo)
- Chorizos.
- Morcillas
- Cebolla
- Tomates.
- Sazonadores.
- Sal.
- Plátano Maduro.
- Maíz Tierno.
- Champiñones.
- Pimentones.

Nota: Fuente propia. Proceso de compras. Hace parte de los procesos de calidad.

Proceso de Elaboración

Tabla 13. Proceso de Elaboración

Proceso de Elaboración	
Responsable	Descripción
Chef/Asistente de Cocina.	<p>Dentro de este proceso, es importante adelantar la precocción de los alimentos que requieren con horas de anticipación su elaboración, al respecto, nos referimos a las lentejas, los frijoles, el chicharrón, el arroz, la carne molida.</p> <p>Este proceso es fundamental realizarlo por cuanto se requiere servir al comensal en un término muy corto lo que solicitó conforme a la carta.</p> <p>De la misma manera, una vez abierto el establecimiento, para atención al cliente, (11:45 am) se comienza a atender al cliente y los responsables deben adelantar cada plato y complementar cada plato conforme a la solicitud.</p>

Nota: Fuente propia. Proceso de Elaboración, hace parte del proceso de calidad del proyecto.

Proceso final

Tabla 14. Proceso Final

Proceso Final Responsable	Descripción
Meseros/Chef/Manager/conductor	<p>Dentro de estos tres procesos es importante que los todos los trabajadores estén sincronizados para que el proceso tenga un final satisfactorio para el cliente:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Comensal llega al establecimiento. b. Mesero lo recibe, lo ubica en una buena mesa y le toma el pedido. c. Chef toma el pedido y prepara el plato junto con el asistente de cocina. d. El asistente de cocina sirve el plato y llama el mesero para que este dirija el plato al comensal. e. El comensal disfruta el producto. f. Al pagar el cliente, el Manager debe hacer pregunta de control, es decir, averiguar el servicio, y la comida para más adelante tomar las medidas respectivas. g. El mismo procedimiento debe darse si existe alguna solicitud por medio de aplicación, red social o teléfono.

Nota: Fuente propia. Proceso de final, hace parte del proceso de calidad del proyecto.

Proveedores

Los principales proveedores que encontramos son:

- Supermercados Superior y Popular
- Plaza de mercado. Merca Sur
- Tiendas de pescado sobre la segunda.
- Darnel para la compra de platos en los domicilios.

Localización.

La instalación del proyecto y el restaurante debe contar con área lo suficientemente amplia para poder instalar la cocina y el sirio para recibir a los clientes, las necesidades de este corresponden a lo siguiente:

- Área mínima de 80 m²
- El punto debe en los barrios altico, quirinal o el centro.
- Baño.
- Cuarto de bodega.

Conforme a las anteriores necesidades, encontramos el siguiente local para arrendar:



Fuente: (Buritica, s.f.)

Ilustración 12



Fuente: (Buritica, s.f.)

Ilustración 13

Este sitio cuenta con las siguientes características:

- Ubicación: calle 17 No 5-25 Edificio parque Local 3
- Precio de canon de arrendamiento: \$1.700.000
- Área 80m²
- Tiene baño y bodega.

Distribución de áreas de operación.

Tabla 15. Cargo Gerente General

Identificación del cargo	Gerente General
Finalidad del cargo	Responsable del buen funcionamiento de la sociedad y de la empresa.
	Dirigir personal a cargo.
	Supervisar las labores la cocina.
Funciones	Responder por los ingresos y egresos del proyecto.
	Coordinar actividades de operación logística y mantenimiento.
	Elaborar informes mensuales.

	Recibir recaudo por concepto de venta.
	Las demás actividades correspondientes al cargo relacionadas con la administración, y administración financiera.
Requerimientos	Conocimiento, relaciones públicas, servicio al cliente, manejo de dispositivos electrónicos.
	Profesional en administración de empresas, ingeniería agropecuaria o a fines.

Nota: Fuente propia. Identificación de las funciones del gerente, hace parte del proceso de calidad.

Tabla 16. Cargo Chef

Identificación del cargo	Chef
Finalidad del cargo	Realizar la preparación de los alimentos.
Funciones	Realizar la preparación de los alimentos. Escoger los alimentos para preparar. Alistar la cocina. Apoyar en actividades de operación logística y mantenimiento. Elaborar informes mensuales. Coordinar junto con el gerente al asistente de cocina. Las demás actividades designadas por el jefe inmediato.
Requerimientos	Conocimientos en cocina y en preparación de alimentos. Profesional o experiencia en cocina. Chef o técnico en cocina.

Nota: Fuente propia. Identificación de las funciones del chef, hace parte del proceso de calidad.

Tabla 17. Asistente de Cocina

Identificación del cargo	Asistente de cocina
Finalidad del cargo	Brindar apoyo en el buen funcionamiento de la preparación de los alimentos
Funciones	Adelantar todas las funciones que le asigne el Chef y el Gerente. Picar, lavar, preparar, servir.
Requerimientos	Estudio; Bachillerato y/o Carrera Técnica que tenga que ver temas de cocina. Experiencia: No es Obligatoria

Nota: Fuente propia. Identificación de las funciones del asistente de cocina, hace parte del proceso de calidad.

Tabla 18. Operario de Transporte

Identificación del cargo	Operario de Transporte
Finalidad del cargo	Brindar apoyo al funcionamiento de transporte del gerente, domicilios y demás funciones que le asignen. Transportar al gerente a los sitios que este determine.
Funciones	Tener el carro en las óptimas condiciones. Vestir de una manera presentable y vistiendo los logos de la sociedad y de la marca. Repartir los pedidos que se requieran. Las demás actividades designadas por el jefe inmediato.
Requerimientos	Estudio; Bachillerato y/o Carrera Técnica que tenga que ver temas del agro preferiblemente. Conocimientos; Relaciones públicas, manejo de vehiculso y motos.

Experiencia: En transporte 5 años como mínimo.

Nota: Fuente propia. Identificación de las funciones del operario de transporte, hace parte del proceso de calidad.

Tabla 19. Mesero

Identificación	Mesero
del cargo	
Finalidad del cargo	<p>Principal: llevar el plato de comida servido en la cocina a la mesa del cliente</p> <p>Secundaria: Las demás que le asigne el Gerente de la tienda</p>
Funciones	<p>Primero: Tomar la orden del cliente.</p> <p>Segundo: Llevar el plato de comida al cliente una vez se encuentre preparado en la cocina.</p> <p>Tercero: Imprimir el recibo y llevarlo al cliente.</p> <p>Cuarto: Recibir la transacción o el dinero que se cobre en el establecimiento al cliente.</p> <p>Quinto: Las demás que le asigne el Gerente del establecimiento.</p>
Requerimientos	<p>Estudio; Bachillerato y/o Carrera Técnica que tenga que ver temas del agro preferiblemente.</p> <p>Experiencia: En transporte 1 años como mesero.</p>

Nota: Fuente propia. Identificación de las funciones del mesero, hace parte del proceso de calidad.

Módulo 10. Aspectos Legales y Recursos Humanos.

Tipo societario, objeto y razón social.

El desarrollo del presente se enfocará en el tipo societario, con el cual se creará la persona jurídica sobre la cual caerán las obligaciones, de igual manera se desarrollará, la forma organizacional de la sociedad, dentro de la cual se desarrollará el organigrama y el tipo de contrato a celebrar de quienes se desempeñarán como trabajadores dentro de la sociedad.

Finalmente, se desarrollará las obligaciones tributarias conforme a la actividad económica establecida dentro del presente proyecto.

Conforme a las mejores prácticas utilizadas en la actualidad para la constitución de sociedades comerciales, es preciso realizar una sociedad por acciones simplificadas (S.A.S), la cual se encuentra debidamente regulada dentro del ordenamiento jurídico colombiano bajo el número de Ley 1258 expedida en el año 2008. Al respecto la ley manifiesta lo siguiente:

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

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

El objeto de la sociedad en constitución será variado y no dependerá de un objeto determinado, sin embargo, en su actividad principal, se centrará en la producción y comercialización de calentados.

El código de comercio manifiesta dentro de sus artículos la definición naturaleza y objeto social, al respecto el artículo 99 dice:

Artículo 99. Capacidad de la sociedad. La capacidad de la sociedad se circunscribirá al desarrollo de la empresa o actividad prevista en su objeto. Se entenderán incluidos en el objeto social los actos directamente relacionados con el mismo y los que tengan como finalidad ejercer los derechos o cumplir las obligaciones, legal o convencionalmente derivados de la existencia y actividad de la sociedad.

Por otro lado, es importante definir la razón social de la sociedad, en consecuencia, dicha sociedad se podrá denominar: Ramos & Ramírez S.AS, y estará compuesta por dos accionistas, quienes a su vez laborarán dentro de la sociedad y dentro de la empresa.

Los aportes de los socios se dividirán por partes iguales de la siguiente manera:

Tabla 20. Distribución Accionaria

Socios	Acciones	Valor
Socio 1	50%	\$500.000
Socio 2	50%	\$500.000
Total	100	\$1'000.000

Nota: Fuente propia. Identificación de las acciones que debe tener cada accionista dentro del proyecto.

La constitución de la sociedad se constituirá con un millón de pesos con un capital, suscrito, autorizado y pagado en 100 acciones ordinarias por valor cada una de \$10000, en consecuencia, el valor total de la sociedad será un millón de pesos.

La definición de razón social, se encuentra debidamente establecida dentro del Código de Comercio, al respecto dice el artículo 303 lo siguiente:

Artículo 303. *Formación de la razón social.* La razón social se formará con el nombre completo o el solo apellido de alguno o algunos de los socios seguido de las expresiones "y compañía", "hermanos", "e hijos", u otras análogas, si no se incluyen los nombres completos o los apellidos de todos los socios.

No podrá incluirse el nombre de un extraño en la razón social. Quien lo tolere, será responsable a favor de las personas que hubieren contratado con la sociedad.

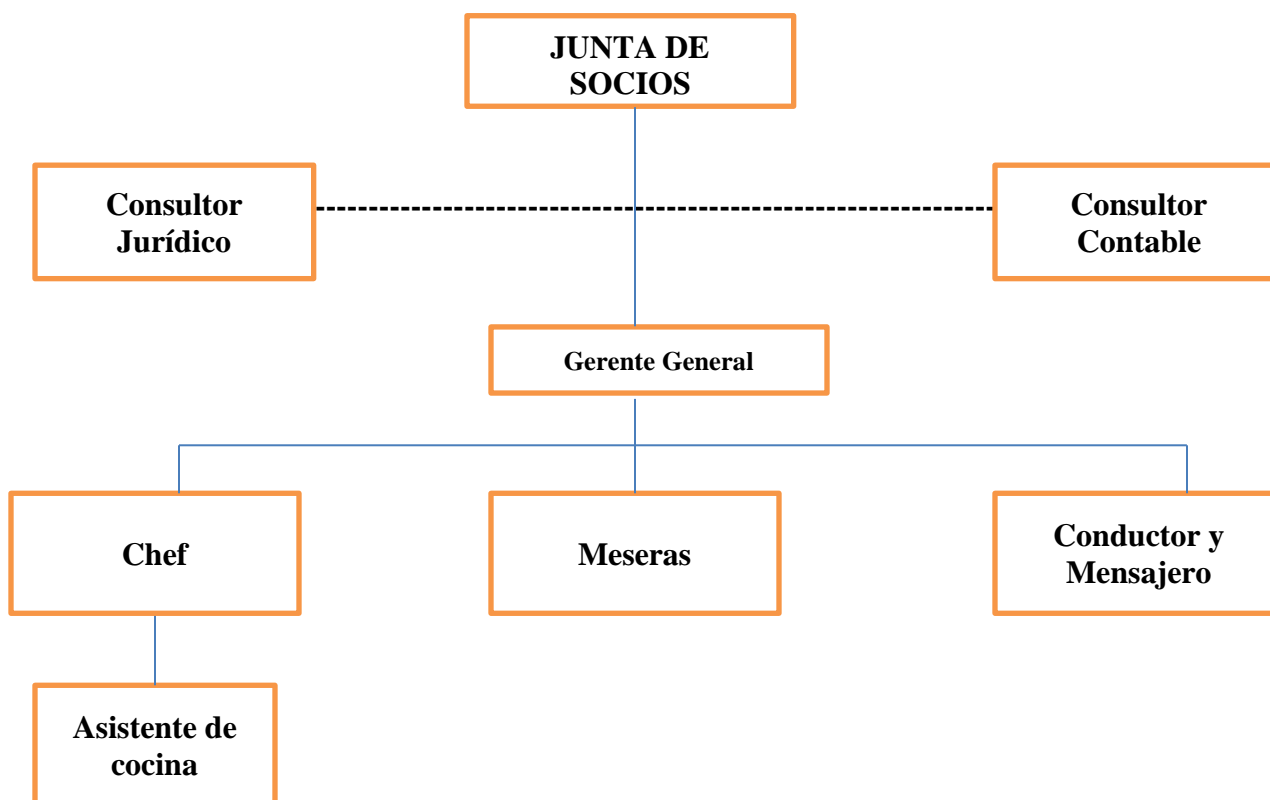
Personal

El personal de la sociedad y de la empresa estará constituido de la siguiente manera:

- I. Manager (Administrador)
- II. Chef
- III. Un asistente de Cocina
- IV. Dos meseras
- V. Un conductor.
- VI. De manera externa un asesor contable y un asesor jurídico.

Organigrama

Ilustración 14



Fuente: Propia

Tipo de contrato y forma remunerativa

La política de toda sociedad o empresa debe ser el adecuado trato y pago a los trabajadores, es por ello por lo que se deben garantizar unas condiciones mínimas de contratación y remuneración y para ello se propone la inclusión de todos los trabajadores mediante contrato de trabajo laboral a término fijo.

Artículo 46. *Contrato a término fijo.* Modificado por el art. 2, Decreto 617 de 1954.

Subrogado por el art. 3, Ley 50 de 1990. **El nuevo texto es el siguiente:** El contrato de trabajo a término fijo debe constar siempre por escrito y su duración no puede ser superior a tres años, pero es renovable indefinidamente.

1. Si antes de la fecha del vencimiento del término estipulado, ninguna de las partes avisare por escrito a la otra su determinación de no prorrogar el contrato, con una antelación no inferior a treinta (30) días, éste se entenderá renovado por un período igual al inicialmente pactado, y así sucesivamente.

2. No obstante, si el término fijo es inferior a un (1) año, únicamente podrá prorrogarse sucesivamente el contrato hasta por tres (3) períodos iguales o inferiores, al cabo de los cuales el término de renovación no podrá ser inferior a un (1) año, y así sucesivamente.

Parágrafo. En los contratos a término fijo inferior a un año, los trabajadores tendrán derecho al pago de vacaciones y prima de servicios en proporción al tiempo laborado cualquiera que éste sea.

Nómina

Dentro del término de nómina se desprenden muchos conceptos, entre ellos encontramos el pago de seguridad social y los aportes que el trabajador debe aportar al estado con el fin de ayudar a programas sociales.

Al ser una vinculación laboral a término fijo, el empleador está en la obligación de realizar los aportes de seguridad social en un porcentaje determinado por la Ley 100, así como también hacer el ahorro de cesantías, primas y vacaciones a las que tiene derecho.

Los pagos parafiscales, deben ser retenidos por el empleador y abonados al estado para el correspondiente cumplimiento de la Ley. Esto es el pago parafiscal de SENA (2%), ICBF (3%), Caja de compensación familiar (4%), y el pago de ARP el cual equivale según tabla y conforme al riesgo laboral sería del 1.044%.

De la misma manera es necesario que el empleador haga los aportes de cesantías, prima y vacaciones.

El siguiente cuadro de nómina nos muestra con exactitud cómo se debe mover una nómina con los funcionarios establecidos dentro del organigrama anteriormente denotado.

Tabla 21. Nomina

Nombre del empleado	DEVENGADO					DEDUCCIONES				NETO PAGADO	RECIBI CONFORME CC. NO.
	Sueldo básico	Días trabajados	Horas Extras	Comisiones	Auxilio de transporte	Total devengado	Aportes Salud	Aportes pensión	Total deducciones		
Gerente General	2,000,000	30.00	0.00	0.00	0	2,000,000	80,000	80,000	160,000	1,840,000	\$
Chef	1,500,000	30.00	0.00	0.00	88,211	1,588,211	60,000	60,000	120,000	1,468,211	\$
Mesera 1	829,000	30.00	0.00	0.00	88,211	917,211	33,160	33,160	66,320	\$ 850,891	
Mesera 1	829,000	30.00	0.00	0.00	88,211	917,211	33,160	33,160	66,320	\$ 850,891	
Conductor y Mensajero	1,000,000	30.00	0.00	0.00	88,211	1,088,211	40,000	40,000	80,000	1,008,211	\$
TOTAL	6,158,000		\$ -	\$ -	352,844	6,510,844	246,320	246,320	492,640	6,018,204	\$
APROPIACIONES	Cesantías	Prima	Vacaciones	Inter. cesantías	Salud	Pensión	Caja Compensación	I.C.B.F	SENA	Riesgos profesionales	TOTAL APROP.
	542,353	542,353	256,789	\$ 65,108	523,430	738,960	246,320	184,740	123,160	\$ 64,290	3,287,503

Nota: Fuente propia. Se establece la carga prestacional, salarios, vacaciones, compensaciones y demás cargos que debe asumir el empleador conforme al contrato de trabajo que se suscribirá con los trabajadores.

Otras Obligaciones Tributarias

Impuestos que debe pagar:

1. Impuesto de renta.
2. Impuesto sobre venta (IVA)
3. Gravamen por movimientos financieros 4x1000.
4. Impuesto de progresividad dependiendo el año desde el momento de constitución de la sociedad.
5. Impuesto al consumo.

Registro de la Marca

Una vez esté constituida la sociedad, es preciso que la sociedad, haga el registro de la marca y el nombre del producto que desee comercializar, este procedimiento se encuentra debidamente establecido dentro de la Superintendencia de Industria y Comercio bajo un procedimiento tipo establecido.

Permiso de funcionamiento para restaurantes.

Para la puesta en marcha del establecimiento de comercio como empresa, además de los anteriores requisitos, es necesario darle cumplimiento a lo establecido en el artículo 83 y siguientes de la ley 1801 del año 2016, o más conocida como el código de policía.

Frente a lo anterior y conforme a las disposiciones de la nombrada ley, es necesario que el establecimiento cumpla los requerimientos de Plan de Ordenamiento Territorial de cada municipio, igualmente, respetar los niveles de audio, horario de actividad económica y que la actividad sea económica sea lícita.

Es importante tener en cuenta que el municipio de Neiva expidió el Decreto No 896 de 2014, mediante el cual regula los permisos que requiere un establecimiento para poder entrar en funcionamiento dentro del Municipio.

Módulo 11. Plan de Inversión y Financiación

Capital de Trabajo

Tabla 22. Capital de Trabajo

ITEM				<u>77.1%</u>
UND Para en producción en 2 meses	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
Materia prima				
Contenedor Twist 16onz y 24onz	2	\$ 5,720,050	\$ 11,440,100	
Set cubiertos	1,920	\$ 350	\$ 672,000	
Bolsas para llevar	1,920	\$ 110	\$ 211,200	
Otros (servilletas, vasos, etc)	1,920	\$ 50	\$ 96,000	
Insumos de aseo	2	\$ 16,667	\$ 33,333	
Stickers	2	\$ 8,333	\$ 16,667	
Materiales de aseo (escoba, trapos, trapeador, recogedor)	1,920	\$ 40	\$ 76,800	
Operacional	2	\$ 40,000	\$ 80,000	
Administrador	2	\$ 3,897,826	\$ 7,795,653	
Carga Prestacional	2	\$ 1,000,000	\$ 2,000,000	
Arriendo	2	\$ 523,740	\$ 1,047,480	
internet	2	\$ 1,700,000	\$ 3,400,000	
Agua	2	\$ 60,000	\$ 120,000	
Gas	2	\$ 200,000	\$ 400,000	
Energia	2	\$ 50,000	\$ 100,000	
Publicidad	2	\$ 300,000	\$ 600,000	
Plan celular	2	\$ 150,000	\$ 300,000	
	2	\$ 52,000	\$ 104,000	

Nota: Fuente propia. Se identifica el capital de trabajo al que la sociedad debe recurrir si quiere entrar a desarrollar el proyecto.

Inversión Fija

Tabla 23. Inversión Fija

B		INVERSION FIJA			19.8%	
ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	AÑOS	DEPRECIACIÓN	
UTENSILIOS	Estufa industrial (2 fogones, 2 planchas, 1 freidora)	1	\$ 1,500,000	\$ 1,500,000	10	\$ 150,000
	Mesón acero inoxidable	1	\$ 900,000	\$ 900,000	10	\$ 90,000
	Nevera	1	\$ 1,200,000	\$ 1,200,000	5	\$ 240,000
	Computador de escritorio	1	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	3	\$ 333,333
	Decoración	1	\$ 500,000	\$ 500,000	1	\$ 500,000
	Platos (planos y hondos)	70	\$ 2,670	\$ 186,900	3	\$ 62,300
	Cubiertos (cuchara, tenedor, cuchillo)	70	\$ 3,100	\$ 217,000	3	\$ 72,333
	Ollas y cuchillo	1	\$ 175,000	\$ 175,000	3	\$ 58,333
	Gramera	1	\$ 35,000	\$ 35,000	1	\$ 35,000
	Equipo de cocina	1	\$ 121,700	\$ 121,700	3	\$ 40,567
	Olla a presión 13lt	1	\$ 200,000	\$ 200,000	3	\$ 66,667
	Cartas - menu (15 mesas)	70	\$ 4,000	\$ 280,000	1	\$ 280,000
	Costo de adecuación e instalación	1	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	1	\$ 1,000,000
			\$ 7,315,600		\$ 2,928,533	

Nota: Fuente propia. Hace parte del a inversión del proyecto, sin embargo se identifica, cual es la inversión fija que debe asumir la sociedad.

Inversión Diferida

Tabla 24. Inversión Diferida

INVERSIÓN DIFERIDA				3.1%
ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
Gastos Legales	1	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	
Datafono (afiliación)	1	\$ 130,000	\$ 130,000	
			\$ 1,130,000	
TOTAL INVERSIONES 1+2+3			\$ 36,938,832	100%

Nota: Fuente propia. Identifica la inversión diferida que debe tener el proyecto para su correcta puesta en marcha.

Costos año por producto

Tabla 25. Costos año por insumo

COSTOS AÑO POR PRODUCTO				
ITEM	CANTIDAD	COSTO		COSTO TOTAL
			UNITARIO	
Materia prima	23,040	\$	2,979	\$ 68,640,597
Contenedor Twist 16onz y 24onz	11,520	\$	350	\$ 4,032,000
Set cubiertos	11,520	\$	110	\$ 1,267,200
Bolsas para llevar	11,520	\$	50	\$ 576,000
Otros (servilletas, vasos, etc)	1	\$	200,000	\$ 200,000
Insumos de aseo	12	\$	100,000	\$ 1,200,000
Stickers	11,520	\$	40	\$ 460,800
Materiales de aseo (escoba, trapos, trapeador, recogedor)	2	\$	40,000	\$ 80,000
				\$ 76,456,597

Nota: Fuente propia. Determina cual es el costo de los materiales que debe la sociedad asumir por cada producto que se quiere vender durante el periodo de un año; la información se extrae de la experiencia asumida por los participantes del presente proyecto.

Costo año por producto.

Tabla 26. Costo año por producto.

	16 Onz			24 Onz		
	Costo	Precio de Venta	%	Costo	Precio de Venta	%
Montañero	\$ 1,737	\$ 7,500	23.16%	\$ 2,348	\$ 10,000	23.48%
Rancho	\$ 1,918	\$ 7,900	24.28%	\$ 2,589	\$ 10,500	24.66%

Criollo	\$ 1,773	\$ 7,500	23.64%	\$ 2,382	\$ 10,000	23.82%
Casero	\$ 2,109	\$ 8,000	26.36%	\$ 2,823	\$ 11,000	25.66%
Marinero	\$ 2,751	\$ 10,500	26.20%	\$ 3,790	\$ 14,000	27.07%
Vegetariano	\$ 1,636	\$ 6,500	25.17%	\$ 2,330	\$ 9,000	25.89%

Nota: Fuente propia. Determina cual es el costo que debe la sociedad asumir por cada producto que se quiere vender, esto es por cada plato. que se quiere vender durante el periodo de un año; la información se extrae de la experiencia asumida por los participantes del presente proyecto.

Tabla 27. Costo Porcentual

Costo	Precio de venta	% Costo
\$ 3,249	\$ 6,500	49.99%

Nota: Fuente propia. Determina el valor del costo en comparación con la venta y el porcentaje entre un precio y el otro

Tabla 28. Tabla de Costos

	16Onz	24Onz		16onz	Costo 16onz	24onz	Costo 24onz	
Montañero	Materia prima	\$ 1,737	\$ 2,348					
	Contenedor	\$ 310	\$ 430	Arroz	0,75 taza	\$ 141	1 taza	\$ 189
	Cubiertos	\$	110	Frijol	0,33 taza	\$ 192	0,50 taza	\$ 288
	Sticker	\$	25	Lomo Cerdo	0,25 taza	\$ 600	0,33 taza	\$ 800
	Bolsas porciones	\$	15	Chicharrón	0,25 taza	\$ 300	0,33 taza	\$ 400
	Servilletas	\$	40	Plátano maduro	0,25 taza	\$ 64	0,33 taza	\$ 85
	Bolsa plástica	\$	15	Maíz Tierno	0,25 taza	\$ 440	0,33 taza	\$ 587
	Total	\$ 2,252	\$ 2,983	TOTAL	2.08	\$ 1,737	2.82	\$ 2,348
	16Onz	24Onz		Porción 16onz	Costo 16onz	Porción 24onz	Costo 24onz	
Ranchero	Materia prima	\$ 1,918	\$ 2,589	Arroz	0,75 taza	\$ 141	1 taza	\$ 189
	Contenedor	\$ 310	\$ 430	Frijol	0,33 taza	\$ 192	0,50 taza	\$ 288
	Cubiertos	\$	110	Lomo Cerdo	0,25 taza	\$ 600	0,33 taza	\$ 800
	Sticker	\$	25	Salchicha Ranchera	0,25 taza	\$ 481	0,33 taza	\$ 641
	Bolsas porciones	\$	15	Plátano Maduro	0,25 taza	\$ 64	0,33 taza	\$ 85
	Servilletas	\$	40	Maíz Tierno	0,25 taza	\$ 440	0,33 taza	\$ 587
	Bolsa plástica	\$	15					
	Total	\$ 2,433	\$ 3,224	TOTAL	2.08	\$ 1,918	3 tazas	\$ 2,589
	16Onz	24Onz		Porción 16onz	Costo 16onz	Porción 24onz	Costo 24onz	
Criollo	Materia prima	\$ 1,773	\$ 2,382	Arroz	0,75 taza	\$ 141	1 taza	\$ 189
	Contenedor	\$ 310	\$ 430	Lentejas	0,33 taza	\$ 108	0,50 taza	\$ 162

Cubiertos	\$		110	Carne desmechada	0,25 taza	\$	600	0,33 taza	\$	800	
Sticker	\$		25	Chorizo	0,25 taza	\$	420	0,33 taza	\$	560	
Bolsas porciones	\$		15	Plátano Maduro	0,25 taza	\$	64	0,33 taza	\$	85	
Servilletas	\$		40	Maíz Tierno	0,25 taza	\$	440	0,33 taza	\$	587	
Bolsa plástica	\$		5								
Total	\$	2,278	\$	3,007	TOTAL	2.08	\$	1,773	3	\$	2,382

		16Onz	24Onz		Porción 16onz	Costo 16onz	Porción 24onz	Costo 24onz				
Casero	Materia prima	\$	2,109	\$	2,823	Arroz	0,75 taza	\$	141	1 taza	\$	189
	Contenedor	\$	310	\$	430	Pasta	0,33 taza	\$	67	0,50 taza	\$	101
	Cubiertos	\$			110	Carne Molida	0,25 taza	\$	600	0,33 taza	\$	800
	Sticker	\$			25	Jamón	0,25 taza	\$	361	0,33 taza	\$	481
	Bolsas porciones	\$			15	Pollo	0,25 taza	\$	500	0,33 taza	\$	667
	Servilletas	\$			40	Hogado	0,33 taza			0,50 taza		
	Bolsa plástica	\$			15	Maíz Tierno	0,25 taza	\$	440	0,33 taza	\$	587
	Total	\$	2,624	\$	3,458	TOTAL	2.08	\$	2,109	3	\$	2,823

		16Onz	24Onz		Porción 16onz	Costo 16onz	Porción 24onz	Costo 24onz				
Marinero	Materia prima	\$	2,751	\$	3,790	Arroz	1 taza	\$	141	1 taza	\$	189
	Contenedor	\$	310	\$	430	Mixtura	150gr	\$	1,908	220gr	\$	2,798
	Cubiertos	\$			110	Cebolla	0,33 taza	\$	88	0,33 taza	\$	59
	Sticker	\$			25	Pimentón	0,33 taza	\$	110	0,33 taza	\$	73
	Bolsas porciones	\$			15	Plátano Maduro	0,25 taza	\$	64	0,33 taza	\$	85
	Servilletas	\$			40	Maíz Tierno	0,25 taza	\$	440	0,33 taza	\$	587
	Bolsa plástica	\$			15							
	Total	\$	3,266	\$	4,425	TOTAL	2	\$	2,751	3	\$	3,790

	16Onz		24Onz		Porción 16onz		Porción 24onz		Costo 24onz	
	\$		\$			\$		\$		
Vegetariano	Materia prima	\$ 1,636	\$ 2,330	Arroz	1 taza	\$ 141	1 taza	\$ 189		
	Contenedor	\$ 310	\$ 430	Lenteja o Frijol	0,33 taza	\$ 192	0,50 taza	\$ 288		
	Cubiertos	\$	110	Champiñones	0,50 taza	\$ 700	0,75 taza	\$ 1,050		
	Sticker	\$	25	Pimentón	0,25 taza	\$ 55	0,33 taza	\$ 73		
	Bolsas porciones	\$	15	Cebolla	0,25 taza	\$ 44	0,33 taza	\$ 59		
	Servilletas	\$	40	Plátano maduro	0,25 taza	\$ 64	0,33 taza	\$ 85		
	Bolsa plástica	\$	15	Maíz Tierno	0,25 taza	\$ 440	0,33 taza	\$ 587		
	Total	\$ 2,151	\$ 2,965	TOTAL	2	\$ 1,636	3	\$ 2,330		

Nota: Fuente propia. Determina el valor de todos los platos; se resume además la diferencia entre el tamaño de cada plato; el estudio se realiza conforme al estudio y la investigación de los costos y valores de la materia prima.

Tabla 29. Materia Prima

MATERIA PRIMA	
Arroz	\$ 189
Proteína	\$ 2,000
Grano	\$ 576
Ensalada	\$ 100
Acompañante	\$ 85
sopa	\$ 100
jugo	\$ 100
Otros	\$ 100
	\$ 3,249

Nota: Fuente propia. Valor de la materia prima que se ofrecerá en los platos

Tabla 30. Equivalencia Materia Prima

Item	Unidad medida	Cantidad	Costos grandes cant.	Costo Kilo / und	Cantidad crudo gr	Cantidad cocido	Costo
Cereales							
Arroz blanco	kilos	50	\$ 145,000	\$ 2,900	65	220gr	\$ 189
Pasta	kilos	12.5	\$ 56,000	\$ 4,480	45	170gr	\$ 202
Frijoles	Kilos	50	\$ 320,000	\$ 6,400	90	220gr	\$ 576
Garbanzos	kilos	50	\$ 210,000	\$ 4,200	90	220gr	\$ 378
Lentejas	Kilos	50	\$ 180,000	\$ 3,600	90	220gr	\$ 324
Verduras							
Maíz tierno	kilos	1	\$ 8,000	\$ 8,000	220	220gr	\$ 1,760
Champiñones	libra	1	\$ 7,000	\$ 14,000	100	100gr	\$ 1,400
Cebolla							
Cabazona	kilos	50	\$ 80,000	\$ 1,600	110	110gr	\$ 176
Tomate	kilos	22	\$ 60,000	\$ 2,727	110	110gr	\$ 300
Cilantro	kilos	9	\$ 15,000	\$ 1,667			
Ajo	kilos	9	\$ 40,000	\$ 4,444			
Aguacate	kilos	1	\$ 3,200	\$ 3,200			
Pimentón	kilos	1	\$ 2,000	\$ 2,000	110	110gr	\$ 220
Cebolla larga	kilos	50	\$ 80,000	\$ 1,600			
Tubérculos							
Plátano	kilos	22	\$ 40,000	\$ 1,818	140	140gr	\$ 255
Papa amarilla	kilos	50	\$ 130,000	\$ 2,600			
Papa pastusa	kilos	50	\$ 80,000	\$ 1,600			
Carnes							
Huevos	Und	1	\$ 350	\$ 350	1	1und	\$ 350
Res	kilos	1	\$ 12,000	\$ 12,000	120	120gr	\$ 2,400
Cerdo	kilos	1	\$ 12,000	\$ 12,000	120	120gr	\$ 2,400
Jamón	Libra	1	\$ 6,000	\$ 6,000	120	120gr	\$ 1,442
Chicharrón	kilos	1	\$ 6,000	\$ 6,000	120	120gr	\$ 1,200

Salchicha Ranch	Libra	1	\$	8,000	\$	8,000	120	120gr	\$	1,923
Chorizo	kilos	1	\$	14,000	\$	14,000	120	120gr	\$	1,681
Mixtura	Gramos	2500			\$	31,800	24 onz	180gr	\$	1,908
Calamar	libra	1	\$	5,000	\$	5,000	16 onz	220gr	\$	2,798
Pulpo	libra	1	\$	5,000	\$	5,000				
Palmitos de cangrejo	libra	1	\$	6,800	\$	6,800				
Camarón	libra	1	\$	10,000	\$	10,000				
Conchitas	libra	1	\$	5,000	\$	5,000				
Morcilla	kilos	1	\$	9,000	\$	9,000	120	120gr	\$	1,080
Pollo pechuga	kilos	1	\$	10,000	\$	10,000	268gr cocido por 500gr crudo	100gr	\$	2,000
Condimentos y aderezos										
	Galón/300									
Aceite	c.c	1	\$	75,000	\$	75,000				
Sal	kilos	1	\$	1,200	\$	1,200				
Bicarbonato	Libra	1	\$	3,000	\$	3,000				
Condimento	Kilo	1	\$	6,000	\$	6,000				
Salsas sobre										
Salsa de tomate										
Mayonesa										
Bebidas										
Gaseosa	Und	1	\$	3,000	\$	3,000				
Cerveza	Lata	1	\$	2,000	\$	2,000				
TOTAL			\$	1,655,550	\$	297,987				

Nota: Fuente propia. Se determina la materia prima y los costos de cada una por porción a requerir conforme a las condiciones del mercado.

Tabla 31. Costos Empaque y Otros

Empaques x Und		
	16onz	24onz
Contenedor twist	\$ 310	\$ 430
Cubiertos	\$	110
Stickers	\$	25
Bolsas plásticas	\$	15
Servilletas	\$	20
Bolsas porciones	\$	5

Nota: Fuente propia. Costo de cada empaque conforme al tamaño y al valor que la empresa que lo produce.

Tabla 32. Costos Año

COSTOS AÑO				
ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
Cocinero	12	\$ 833,000	\$ 9,996,000	
Meseros 2	12	\$ 1,666,000	\$ 19,992,000	
Carga Prestacional	12	\$ 1,308,826	\$ 15,705,915	
Uniformes	4	\$ 270,000	\$ 1,080,000	
			\$ 46,773,915	

Nota: Fuente propia. Costo de cada integrante del restaurante durante todo el año; el cual es determinado conforme a la carga prestacional y capital de trabajo; de la misma manera se determina de acuerdo a lo que puede pagar a cada trabajador

Gastos de nómina, administrativos y prestacionales

Tabla 33. Gastos Nómina y Otros

UNIDADES / AÑO	23,040
----------------	--------

GASTOS DE NÓMINA ADMINISTRATIVOS Y PRESTACIONES			
ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Administrador	1	\$ 12,000,000	12,000,000
Carga Prestacional	1	\$ 6,284,880	6,284,880
TOTAL			\$ 18,284,880
GASTOS POR SERVICIOS			
ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Arriendo	12	\$ 1,700,000	20,400,000
internet	12	\$ 60,000	720,000
Agua	12	\$ 200,000	2,400,000
Gas	12	\$ 50,000	600,000
Energia	12	\$ 300,000	3,600,000
Publicidad	12	\$ 150,000	1,800,000
Plan celular	12	\$ 52,000	624,000
TOTAL			\$ 30,144,000
GASTOS (DEPRECIACIÓN Y DIFERIDOS)			
ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Depreciación	1	\$ 2,928,533	\$ 2,928,533
Amortizaciones (diferido)	1	\$ 1,130,000	\$ 1,130,000
TOTAL			\$ 4,058,533
COSTOS FIJOS	\$ 88,602,795	51.6%	
COSTOS VARIABLES	\$ 83,056,597	48.4%	

TOTAL COSTOS \$ **171,659,392**

Nota: Fuente propia. Se determina los gastos de la nómina, los gastos prestacionales, costos fijos durante un año.

Tabla 34. Depreciaciones

		DEPRECIACIONES POR AÑO				
CONSTRUCCIONES Y ACTIVOS FIJOS	Y	2019	2020	2021	2022	2023
Estufa industrial (2 fogones, 2 planchas, 1 freidora)	\$	1,500,000	\$ 1,350,000	\$ 1,200,000	\$ 1,050,000	\$ 900,000
Depreciación	\$	150,000	\$ 150,000	\$ 150,000	\$ 150,000	\$ 150,000
Mesón acero inoxidable	\$	900,000	\$ 810,000	\$ 720,000	\$ 630,000	\$ 540,000
Depreciación	\$	90,000	\$ 90,000	\$ 90,000	\$ 90,000	\$ 90,000
Decoración	\$	500,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación	\$	500,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Costo de adecuación e instalación	\$	1,000,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación	\$	1,000,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciaciones	\$	1,740,000	\$ 240,000	\$ 240,000	\$ 240,000	\$ 240,000
TOTAL CONSTRUCCIONES Y ACTIVOS FIJOS	\$	3,900,000	\$ 2,160,000	\$ 1,920,000	\$ 1,680,000	\$ 1,440,000
MAQUINARIA Y EQUIPOS	2019	2020	2021	2022	2023	
Computador de escritorio	\$	1,000,000	\$ 666,667	\$ 333,333	\$ -	\$ -
Depreciación	\$	333,333	\$ 333,333	\$ 333,333	\$ -	\$ -
Nevera	\$	1,200,000	\$ 960,000	\$ 720,000	\$ 480,000	\$ 240,000
Depreciación	\$	240,000	\$ 240,000	\$ 240,000	\$ 240,000	\$ 240,000
UTENSILIOS	\$	1,215,600	\$ 600,400	\$ 300,200	\$ -	\$ -

Depreciación	\$	615,200	\$	300,200	\$	300,200	\$	-	\$	-
Depreciaciones	\$	1,188,533	\$	873,533	\$	873,533	\$	240,000	\$	240,000
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO	\$	3,415,600	\$	2,227,067	\$	1,353,533	\$	480,000	\$	240,000

Nota: Fuente propia. Se determina la depreciación de cada activo a cinco años.

Tabla 35. Amortización

Capital financiado(70%)	\$27,072,158
Recursos Propios(30%)	\$11,602,354
TOTAL INVERSIÓN	\$38,674,512

TABLA DE AMORTIZACIONES

Valor del crédito	\$27,072,158
# de Periodos	5
Tasa de Interés	14.26%
Pago	\$ 7,935,008

CUOTA	INTERÉS	ABONO A CAPITAL	SALDO
\$ 7,935,008	\$ 3,860,490	\$ 4,074,518	\$22,997,640
\$ 7,935,008	\$ 3,279,463	\$ 4,655,545	\$18,342,095
\$ 7,935,008	\$ 2,615,583	\$ 5,319,425	\$13,022,670
\$ 7,935,008	\$ 1,857,033	\$ 6,077,975	\$ 6,944,695
\$ 7,935,008	\$ 990,313	\$ 6,944,695	\$ 0

WACC

Deuda	\$27,072,158	70%	9.27%	6.49%
Recursos propios	\$11,602,354	30%	12.88%	3.86%
	\$38,674,512		CCPPC 10.35%	

Nota: Fuente propia. Se determina la amortización del capital financiado. Se hace además una diferencia entre el capital propio y el financiado con una cantidad de cinco periodos a depreciar junto con la tasa de interés

Ingresos por ventas

Tabla 36. Pronóstico de Ventas

SUPUESTOS:						
Inflación		5.5%				
Incremento en las ventas		3.0%				
INGRESOS POR VENTAS						
	2019	2020	2021	2022	2023	
Platos/Dia CALENTADOS	\$ 30	\$ 32	\$ 34	\$ 37	\$ 39	
Platos/Dia EJECUTIVO	\$ 50	\$ 54	\$ 57	\$ 61	\$ 66	
Platos/Mes	\$ 1,920	\$ 2,054	\$ 2,198	\$ 2,352	\$ 2,517	
Precios/Plato CALENTADO	\$ 9,367	\$ 9,882	\$ 10,425	\$ 10,999	\$ 11,604	
Precios/Plato EJECUTIVO	\$ 6,500	\$ 6,858	\$ 7,235	\$ 7,633	\$ 8,052	
Ingresos/Mes	\$ 14,131,200	\$ 15,952,005	\$ 18,007,421	\$ 20,327,677	\$ 22,946,898	
Ingresos/Año	\$ 169,574,400	\$ 191,424,061	\$ 216,089,052	\$ 243,932,126	\$ 275,362,781	
Costo de ventas mes	\$ 14,304,949	\$ 10,733,199	\$ 11,222,022	\$ 11,737,187	\$ 12,280,303	
SUPUESTOS						
	2019	2020	2021	2022	2023	
Inflación	6.20%	6.20%	4.00%	4.00%	4.00%	
# Platos Vendidos	30.00	40.00	50.00	60.00	70.00	
Margen Platos	40%	40%	40%	40%	40%	
Tasa de Interés	14%					
Impuesto a la renta	25%	25%	25%	25%	25%	

Nota: Fuente propia. Determinamos los supuestos de ventas las cuales necesita el proyecto durante cinco años de existencia

Tabla 37. Consumo y Mercado Objetivo

CONSUMO	NEIVA		
Población Neiva Huila		347,500	
Consumo comida fuera del hogar (1 vez x sem)	13,900	4%	1 vez al día
Personas consumen a la semana		556	
Mercado objetivo		72.28	
Tendencia del Mercado (crecimiento)		3%	

Nota: Fuente propia: Porcentaje de la cantidad de colombianos que comen por fuera de su casa, en contraste con la población que lo hace en Neiva; mercado objetivo al cual el proyecto quiere apuntar.

Tabla 38. Amortización

Capital financiado(70%)	\$25,857,182
Recursos Propios (30%)	\$11,081,650
TOTAL INVERSIÓN	\$36,938,832

Valor del crédito	\$25,857,182
# de Periodos	5
Tasa de Interés	14.26%
Pago	\$ 7,578,892

CUOTA	INTERÉS	ABONO A CAPITAL	SALDO
\$ 7,578,892	\$ 3,687,234	\$ 3,891,657	\$ 21,965,525
\$ 7,578,892	\$ 3,132,284	\$ 4,446,608	\$ 17,518,917
\$ 7,578,892	\$ 2,498,198	\$ 5,080,694	\$ 12,438,223
\$ 7,578,892	\$ 1,773,691	\$ 5,805,201	\$ 6,633,023
\$ 7,578,892	\$ 945,869	\$ 6,633,023	\$ 0

WACC

Deuda	\$25,857,182	70%	9.27%	6.49%
Recursos propios	\$11,081,650	30%	12.88%	3.86%
	\$36,938,832		CCPPC	10.35%

Nota: Fuente propia: Se explica la amortización con los recursos financiados

Punto de equilibrio

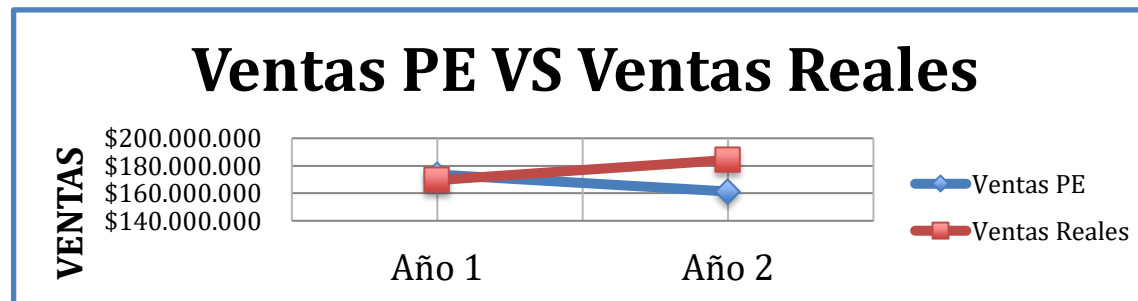
Tabla 39. Punto de Equilibrio

	PUNTO DE EQUILIBRIO		Ventas en Punto de Equilibrio VS Ventas Proyectadas	
	Año 1	Año 2	Año 1	Año 2
Ventas en PEq	\$ 173,660,973	\$ 161,312,439	Ventas PE	\$ 173,660,973
Unidades Vendidas en PEq	23,595	20,775	Ventas Proyectadas	\$ 169,574,400
% Margen Bruto	51%	55%		\$ 184,268,022
CV UNT	3,605	3,500		

Nota: Fuente propia: Determina el punto de equilibrio en contraste con las ventas proyectadas a dos años.

A continuación, la ilustración 15, nos demuestra como las ventas reales alcanzan rápidamente el punto de equilibrio, las cuales se encuentran muy por encima; siendo algo muy positivo para el proyecto pues contamos con un margen alto.

Ilustración 15



Fuente: Propia

Tabla 40. Estados Financieros

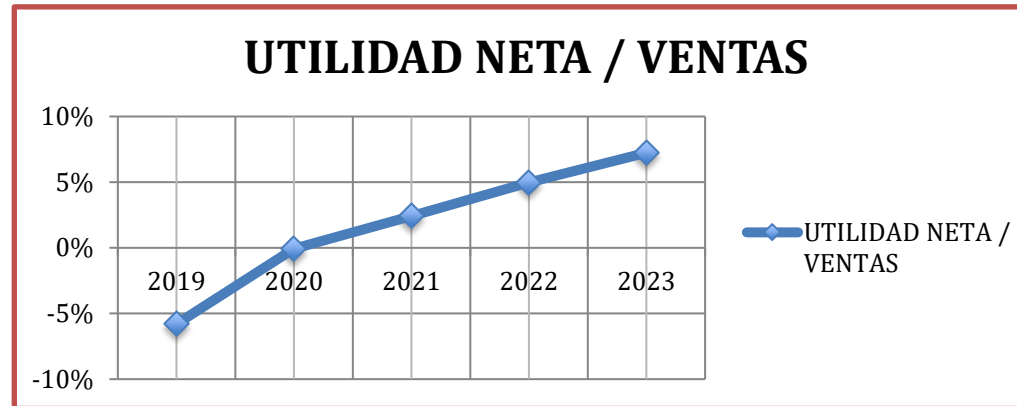
SUPUESTOS DEL PROYECTO					
Platos/Mes		1,920			
Inflación	5.5%				
Incremento salarial	7%				
Incremento en las ventas	3.0%				
Prestaciones laborales	52.37%				
Compras de contado	100%				
Ventas de contado	100%				
Impuesto de renta	35%				
ESTADO DE RESULTADOS					
	2019	2020	2021	2022	2023
INGRESOS					
VENTAS					
Unidades	23,040	23,731	24,443	25,176	25,932
Precio de venta	\$ 7,360	\$ 7,765	\$ 8,192	\$ 8,642	\$ 9,118
TOTAL INGRESOS	\$169,574,400	\$184,268,022	\$200,234,846	\$217,585,195	\$236,438,952
COSTOS OPERACIONALES					
Costo de ventas	\$ 76,456,597	\$ 78,750,295	\$ 81,112,804	\$ 83,546,188	\$ 86,052,574
MOD	\$ 46,773,915	\$ 50,048,089	\$ 53,551,455	\$ 57,300,057	\$ 61,311,061
TOTAL COSTOS OP	\$123,230,512	\$128,798,384	\$134,664,259	\$140,846,245	\$147,363,635
GASTOS OPERACIONALES					
Gastos administrativos	\$ 18,284,880	\$ 19,564,822	\$ 20,934,359	\$ 22,399,764	\$ 23,967,748
Gastos por servicios	\$ 30,144,000	\$ 31,801,920	\$ 33,551,026	\$ 35,396,332	\$ 37,343,130

Depreciaciones	\$ 2,928,533	\$ 1,113,533	\$ 1,113,533	\$ 480,000	\$ 480,000
Amortizaciones (diferido)	\$ 1,130,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL GASTOS OP	\$ 52,487,413	\$ 52,480,275	\$ 55,598,918	\$ 58,276,096	\$ 61,790,878
OTROS EGRESOS					
Gastos financieros	\$ 3,687,234	\$ 3,132,284	\$ 2,498,198	\$ 1,773,691	\$ 945,869
TOTAL OTROS EGRESOS	\$ 3,687,234	\$ 3,132,284	\$ 2,498,198	\$ 1,773,691	\$ 945,869
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-\$ 9,830,760	-\$ 142,921	\$ 7,473,471	\$ 16,689,163	\$ 26,338,570
Impuesto de renta (35%)	\$ -	\$ -	\$ 2,615,715	\$ 5,841,207	\$ 9,218,500
UTILIDAD NETA	-\$ 9,830,760	-\$ 142,921	\$ 4,857,756	\$ 10,847,956	\$ 17,120,071
UTILIDAD NETA / VENTAS	-6%	0%	2%	5%	7%
	2019	2020	2021	2022	2023
UTILIDAD NETA / VENTAS	-6%	0%	2%	5%	7%

Nota: Fuente propia: se determinan los estados financieros a cinco años de durabilidad del proyecto, en donde se puede apreciar la productividad y la viabilidad del proyecto.

A continuación, y conforme a la imagen No 16, se podrá visualizar que la utilidad neta sobre las ventas, cada día es mayor y en consecuencia cada año, crecerá más, lo cual le dará al inversionista una ganancia superior.

Ilustración 16



Fuente: Propia

Flujo de caja financiado

Tabla 41. FCF

FLUJO DE CAJA FINANCIADO	2018	2019	2020	2021	2022	2023
	0	1	2	3	4	5
Capital de Trabajo KW		\$ 28,493,232				
Saldo Anterior			\$ 18,829,348	\$ 15,353,353	\$ 18,859,663	\$ 27,607,910
Ventas		\$169,574,400	\$184,268,022	\$200,234,846	\$217,585,195	\$236,438,952
Egresos (costos y Gastos)		\$171,659,392	\$180,165,126	\$189,149,644	\$198,642,342	\$208,674,513
Saldo		\$ 26,408,240	\$ 22,932,244	\$ 26,438,555	\$ 37,802,517	\$ 55,372,350
Impuestos		\$ -	\$ -	\$ -	2,615,715	5,841,207
Saldo EBITDA		\$ 26,408,240	\$ 22,932,244	\$ 26,438,555	\$ 35,186,802	\$ 49,531,143
Otros egresos						
Intereses		\$ 3,687,234	\$ 3,132,284	\$ 2,498,198	\$ 1,773,691	\$ 945,869
Pago capital		\$ 3,891,657	\$ 4,446,608	\$ 5,080,694	\$ 5,805,201	\$ 6,633,023

Total Pago Cuota		\$ 7,578,892	\$ 7,578,892	\$ 7,578,892	\$ 7,578,892	\$ 7,578,892
Inversión	\$ 36,938,832					
Saldo para balance	\$ -36,938,832	\$ 18,829,348	\$ 15,353,353	\$ 18,859,663	\$ 27,607,910	\$ 41,952,251

Nota: Fuente propia: El Flujo de caja financiado es fundamental dentro de un proyecto, pues muestra el panorama a cinco años de la deuda, las ventas, los gastos, los impuestos los saldos, intereses de capital, los pagos de cuota con sus correspondientes intereses, la inversión y el saldo para balance de los últimos cinco años

Balance General


Tabla 42. Balance General

	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja y Bancos	\$ 28,493,232	\$ 18,829,348	\$ 15,353,353	\$ 18,859,663	\$ 27,607,910	\$ 41,952,251
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 28,493,232	\$ 18,829,348	\$ 15,353,353	\$ 18,859,663	\$ 27,607,910	\$ 41,952,251
ACTIVOS FIJOS						
Construcciones	\$ 3,900,000	\$ 3,900,000	\$ 2,160,000	\$ 1,920,000	\$ 1,680,000	\$ 1,440,000
Maquinaria y Equipo	\$ 3,415,600	\$ 3,415,600	\$ 2,227,067	\$ 1,353,533	\$ 480,000	\$ 240,000
Depreciaciones	\$ -	\$ 2,928,533	\$ 1,113,533	\$ 1,113,533	\$ 480,000	\$ 480,000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 7,315,600	\$ 4,387,067	\$ 3,273,533	\$ 2,160,000	\$ 1,680,000	\$ 1,200,000
Diferidos	\$ 1,130,000	\$ 1,130,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
amortización de diferido	\$ -	\$ 1,130,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 36,938,832	\$ 23,216,415	\$ 18,626,886	\$ 21,019,663	\$ 29,287,910	\$ 43,152,251
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
Impuestos por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,615,715	\$ 5,841,207	\$ 9,218,500
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,615,715	\$ 5,841,207	\$ 9,218,500

PASIVO A LARGO PLAZO						
Obligaciones financieras	\$ 25,857,182	\$ 21,965,525	\$ 17,518,917	\$ 12,438,223	\$ 6,633,023	\$ 0
TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	\$ 25,857,182	\$ 21,965,525	\$ 17,518,917	\$ 12,438,223	\$ 6,633,023	\$ 0
TOTAL PASIVOS	\$ 25,857,182	\$ 21,965,525	\$ 17,518,917	\$ 15,053,938	\$ 12,474,230	\$ 9,218,500
PATRIMONIO						
Capital	\$ 11,081,650	\$ 11,081,650	\$ 11,081,650	\$ 11,081,650	\$ 11,081,650	\$ 11,081,650
utilidad del ejercicio		\$ -9,830,760	\$ -142,921	\$ 4,857,756	\$ 10,847,956	\$ 17,120,071
utilidades de los ejercicios anteriores		\$ -	\$ -9,830,760	\$ -9,973,681	\$ -5,115,925	\$ 5,732,031
TOTAL PATRIMONIO	\$ 11,081,650	\$ 1,250,890	\$ 1,107,969	\$ 5,965,725	\$ 16,813,681	\$ 33,933,751
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO CUADRE	\$ 36,938,832	\$ 23,216,415	\$ 18,626,886	\$ 21,019,663	\$ 29,287,910	\$ 43,152,251
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0	\$ 0	\$ -

Nota: Fuente propia: El balance nos brinda el mapa financiero del proyecto, como se observa al final dentro del cuadro, los valores están determinados en ceros, lo que nos indica con claridad que el balance se encuentra realizado correctamente.

Tabla 43. Análisis Financiero

TASA DE DESCUENTO		12.88%		TASA INTERNA DE OPORTUNIDAD	
VPN	\$	44,799,805		Tasa del mercado financiero (DTF)	4.38%
TIR		48.4%	Tasa esperada de inflación (IPC)	5.50%	
Relación B/C		2.21	Tasa esperada por el inversionista	7%	
			Tasa esperada por el empresario	7%	
			TIO	12.88%	

Nota: Fuente propia: La viabilidad de un proyecto se determina conforme a lo siguiente: Si TIR > Tasa de Descuento: El proyecto será aceptado. Si TIR = Tasa de Descuento: Estaríamos de cara en un proyecto que hay que mejorar. Si TIR < Tasa de Descuento: El proyecto será rechazado. En consecuencia, como observamos que la TIR (48.4%) es superior a la tasa de descuento (12.88%); y por lo tanto el proyecto resulta viable para su ejecución. En cuanto a la VPN podemos evidenciar que si traemos la inversión y los esfuerzos a cinco años; La inversión se maximizará y será generadora de valor.

Módulo 12. Análisis de Riesgos

Tabla 44. Mapa Riesgos

RIESGOS	DESCRIPCIÓN	AGENTE GENERADOR	CAUSAS	EFECTO	NIVEL DE RIESGO
Riesgo Laboral	Daño derivado del trabajo	Trabajo	Caídas por resbalones, contactos eléctricos, golpes contra objetos, quemadas, cortadas, exposiciones agentes químicos, movimientos repetidos, estrés.	Pérdida en la capacidad de trabajo, cambio de personal, incapacidades	Bajo
Servicios públicos	Por descuido del gerente olvida pagar Servicios Públicos. Cortes Programados por parte de la empresa de servicios públicos	Gerente/externo	Olvido pagar servicios públicos Entidad prestadora del servicio público	Atraso, cierre temporal o mal servicio	Medio
Recurso Humano	Falta de personal	Externo	Falta de trabajadores Enfermedad no laboral	Atraso, cierre temporal o mal servicio	Medio
Paros	Escasez de un producto	Externo	Paro de campesinos Estado	Aumento de precios, Atraso, cierre temporal o mal servicio	Medio
Demora en venta de producto a comercializar	Sobre oferta	Gerente	-Falta de planeación. -Falta de observación del entorno.	Pérdidas económicas y pérdidas de producción.	Medio
Precios	Baja en el valor del producto por sobreproducción en el mercado	Gerente	-Falta de planeación.	Pérdidas económicas y pérdidas de producción.	Medio
Calidad	Mala atención al cliente Mala preparación de los alimentos	Meseros/Gerente /Chef	Falta de capacitación Falta de preparación y planeación	Perdida de clientes	Alto

Parqueaderos lentos o inexistentes	Falta de planeación	Pérdidas económicas
Demora en la preparación	Falta de planeación	

Nota: Fuente propia. Se crea la matriz de riesgos, la cual nos determina de manera clara cuáles serían las posibles causas por las cuales el restaurante puede sufrir inconvenientes para su operación

Análisis de Sensibilidad

La realización dentro de un proyecto de un análisis de sensibilidad refiere directamente hacer un estudio proyectado hacia el futuro; por lo tanto, existe de por medio una incertidumbre asociada a la falta de seguridad; en consecuencia, la toma de alguna decisión es bastante difícil; sin embargo, el presente análisis, debe realizarse sobre variables que más puedan perjudicar el diagnóstico económico del proyecto.

Por lo anterior consideramos que las variables más importantes para poder realizar el presente análisis de sensibilidad son las ventas, los costos y el nivel de inversión propia.

A continuación, los posibles resultados modificando las variables.

Tabla 45. Análisis de Sensibilidad

	VARIACIÓN	VPN	TIR	PR
VENTAS	3%	\$ 44.799.805	48%	3,15
	0%	\$ 6.573.337	21%	3,65
	-2%	-\$ 19.861.385	-	-
COSTOS	3%	\$ 17.982.279	31%	3,44
	5%	-\$ 902.197	12%	4,02
INVERSIÓN	50% de inversión propia	\$ 65.000.545	61%	2,81

Nota: Fuente propia: El análisis de sensibilidad de esta matriz, es extraída conforme a los flujos financieros (Estado de Resultados), Flujo de Caja Financiado, balance general, supuestos del proyecto, amortización del crédito los cuales han sido debidamente relacionados y explicados dentro del análisis financiero del presente documento; esto es tablas 46 a la 72, en donde se demuestran los supuestos que se requieren para el análisis de sensibilidad.

Tal y como se observa, en el escenario de disminución del dos por ciento (-2%) de las ventas estaría el proyecto en afectación sobre la VPN donde nos arroja -\$19'861.385 por lo que no sería viable el proyecto y bajo esta condición no es conveniente invertir; del mismo modo, si se genera un aumento en los costos iguales o mayores del 5%, no es viable

la inversión pues los resultados de la VPN son negativos, la TIR está por debajo de la tasa esperada por el inversionista y el periodo de recuperación sería después del cuarto año.

Disminución de ventas 2%:

Tabla 46

Supuestos disminución de ventas 2%

SUPUESTOS DEL PROYECTO	
Platos/Mes	1.920
Inflación	5,5%
Incremento salarial	7%
Incremento en las ventas	-2,0%
Prestaciones laborales	52,37%
Compras de contado	100%
Ventas de contado	100%
Impuesto de renta	35%

Nota: Fuente Propia: La presente tabla muestra el supuesto de ventas donde están tuvieran una disminución del 2%

Tabla 47

ER disminución de ventas 2%

ESTADO DE RESULTADOS					
	2019	2020	2021	2022	2023
INGRESOS					
VENTAS					
Unidades	23.040	22.579	22.128	21.685	21.251
Precio de venta	\$ 7.360	\$ 7.765	\$ 8.192	\$ 8.642	\$ 9.118

TOTAL INGRESOS	\$ 169.574.400	\$ 175.322.972	\$ 181.266.421	\$ 187.411.353	\$ 193.764.597
COSTOS OPERACIONALES					
Costo de ventas	\$ 76.456.597	\$ 74.927.465	\$ 73.428.916	\$ 71.960.338	\$ 70.521.131
MOD	\$ 46.773.915	\$ 50.048.089	\$ 53.551.455	\$ 57.300.057	\$ 61.311.061
TOTAL COSTOS OP	\$ 123.230.512	\$ 124.975.554	\$ 126.980.371	\$ 129.260.395	\$ 131.832.192
UTILIDAD BRUTA	\$ 46.343.888	\$ 50.347.418	\$ 54.286.050	\$ 58.150.958	\$ 61.932.405
GASTOS OPERACIONALES					
Gastos administrativos	\$ 18.284.880	\$ 19.564.822	\$ 20.934.359	\$ 22.399.764	\$ 23.967.748
Gastos por servicios	\$ 30.144.000	\$ 31.801.920	\$ 33.551.026	\$ 35.396.332	\$ 37.343.130
Depreciaciones	\$ 2.928.533	\$ 1.113.533	\$ 1.113.533	\$ 480.000	\$ 480.000
Amortizaciones (diferido)	\$ 1.130.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL GASTOS OP	\$ 52.487.413	\$ 52.480.275	\$ 55.598.918	\$ 58.276.096	\$ 61.790.878
UTILIDAD OPERACIONAL	-\$ 6.143.526	-\$ 2.132.857	-\$ 1.312.868	-\$ 125.138	\$ 141.527
OTROS EGRESOS					
Gastos financieros	\$ 3.687.234	\$ 3.132.284	\$ 2.498.198	\$ 1.773.691	\$ 945.869
TOTAL OTROS EGRESOS	\$ 3.687.234	\$ 3.132.284	\$ 2.498.198	\$ 1.773.691	\$ 945.869
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-\$ 9.830.760	-\$ 5.265.141	-\$ 3.811.066	-\$ 1.898.829	-\$ 804.342
Impuesto de renta (35%)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD NETA	-\$ 9.830.760	-\$ 5.265.141	-\$ 3.811.066	-\$ 1.898.829	-\$ 804.342
UTILIDAD NETA / VENTAS	-6%	-3%	-2%	-1%	0%

Nota: Fuente propia; la presente tabla muestra el estado de resultados del proyecto donde nos encontraríamos en un supuesto de disminución de 2% de ventas.

Tabla 48

FCF disminución de ventas 2%

FLUJO DE CAJA FINANCIADO						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
	0	1	2	3	4	5
Capital de Trabajo KW	\$ 28.493.232					
Saldo Anterior		\$ 18.829.348	\$ 10.231.133	\$ 2.452.906	\$ -4.771.124	
Ventas	\$ 169.574.400	\$ 175.322.972	\$ 181.266.421	\$ 187.411.353	\$ 193.764.597	
Egresos (costos y Gastos)	\$ 171.659.392	\$ 176.342.296	\$ 181.465.756	\$ 187.056.491	\$ 193.143.070	
Saldo	\$ 26.408.240	\$ 17.810.024	\$ 10.031.798	\$ 2.807.768	\$ -4.149.596	
Impuestos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Saldo EBITDA	\$ 26.408.240	\$ 17.810.024	\$ 10.031.798	\$ 2.807.768	\$ -4.149.596	
Otros egresos						
Intereses	\$ 3.687.234	\$ 3.132.284	\$ 2.498.198	\$ 1.773.691	\$ 945.869	
Pago capital	\$ 3.891.657	\$ 4.446.608	\$ 5.080.694	\$ 5.805.201	\$ 6.633.023	
Total Pago Cuota	\$ 7.578.892	\$ 7.578.892	\$ 7.578.892	\$ 7.578.892	\$ 7.578.892	
Inversión	\$ 36.938.832					
Saldo para balance	\$ -36.938.832	\$ 18.829.348	\$ 10.231.133	\$ 2.452.906	\$ -4.771.124	\$ -11.728.488

Nota: Fuente propia. La presente tabla demuestra un supuesto del flujo de caja financiado con ventas inferiores al 2%

Tabla 49

BG disminución de ventas 2%

BALANCE GENERAL						
	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						

	\$	\$	\$	\$	\$ -	\$ -
Caja y Bancos	28.493.232	18.829.348	10.231.133	2.452.906	4.771.124	11.728.488
	\$	\$	\$	\$	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	28.493.232	18.829.348	10.231.133	2.452.906	4.771.124	11.728.488
ACTIVOS FIJOS						
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Construcciones	3.900.000	3.900.000	2.160.000	1.920.000	1.680.000	1.440.000
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Maquinaria y Equipo	3.415.600	3.415.600	2.227.067	1.353.533	480.000	240.000
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Depreciaciones	-	2.928.533	1.113.533	1.113.533	480.000	480.000
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
TOTAL ACTIVOS FIJOS	7.315.600	4.387.067	3.273.533	2.160.000	1.680.000	1.200.000
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Diferidos	1.130.000	1.130.000	-	-	-	-
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
amortización de diferido	-	1.130.000	-	-	-	-
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
TOTAL ACTIVOS	\$ 36.938.832	\$ 23.216.415	\$ 13.504.666	4.612.906	-\$ 3.091.124	-\$ 10.528.488
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Impuestos por pagar	-	-	-	-	-	-
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	-	-	-	-	-	-
PASIVO A LARGO PLAZO						
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Obligaciones financieras	25.857.182	21.965.525	17.518.917	12.438.223	6.633.023	0
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	25.857.182	21.965.525	17.518.917	12.438.223	6.633.023	0
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
TOTAL PASIVOS	\$ 25.857.182	\$ 21.965.525	\$ 17.518.917	\$ 12.438.223	6.633.023	0

PATRIMONIO						
Capital	\$ 11.081.650	\$ 11.081.650	\$ 11.081.650	\$ 11.081.650	\$ 11.081.650	\$ 11.081.650
utilidad del ejercicio		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
utilidades de los ejercicios anteriores		9.830.760	5.265.141	3.811.066	1.898.829	804.342
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
		-	9.830.760	15.095.901	18.906.967	20.805.796
		\$				
TOTAL PATRIMONIO	\$ 11.081.650	1.250.890	\$ -4.014.251	\$ -7.825.317	\$ -9.724.146	\$ -10.528.488
				\$		
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 36.938.832	\$ 23.216.415	\$ 13.504.666	4.612.906	-\$ 3.091.124	-\$ 10.528.488
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
CUADRE	-	-	0	0	0	0

Nota: Fuente propia. La presente tabla nos demuestra como sería el balance general con ventas del 2%.

Tabla 50

PR disminución de ventas 2%

PERIODO DE RETORNO							
FLUJO DE EFECTIVO	-\$ 36.938.832	\$ 18.829.348	\$ 10.231.133	\$ 2.452.906	-\$ 4.771.124	-\$ 11.728.488	
FE ACUMULADO	-\$ 36.938.832	-\$ 18.109.484	-\$ 7.878.351	-\$ 5.425.445	-\$ 10.196.568	-\$ 21.925.056	

Nota: Fuente propia; la presente tabla muestra que el periodo de retorno con ventas al 2 %

En cuanto a cifras de las ventas, costos e inversión:

- Ventas: En un escenario en el que las ventas no aumentarían (0%), el negocio aún sería viable, con un VPN positivo (44.799.805) una TIR por encima de la TIO (21%) y un Periodo de Recuperación de 3.65 años; no sería el escenario ideal pero aún sería viable

el negocio por que se aumentaría el valor de la inversión. Así se ven afectados los flujos financieros bajo los diferentes escenarios de ventas:

Crecimiento de ventas 0%:

Tabla 51

Supuestos crecimiento de ventas 0%

SUPUESTOS DEL PROYECTO	
Platos/Mes	1.920
Inflación	5,5%
Incremento salarial	7%
Incremento en las ventas	0,0%
Prestaciones laborales	52,37%
Compras de contado	100%
Ventas de contado	100%
Impuesto de renta	35%

Nota: Fuente propia; la presente tabla muestra los supuestos del proyecto con ventas a 0%

Tabla 52

ER crecimiento de ventas 0%

ESTADO DE RESULTADOS					
	2019	2020	2021	2022	2023
INGRESOS					
VENTAS					
Unidades	23.040	23.040	23.040	23.040	23.040
Precio de venta	\$ 7.360	\$ 7.765	\$ 8.192	\$ 8.642	\$ 9.118

TOTAL INGRESOS	\$ 169.574.400	\$ 178.900.992	\$ 188.740.547	\$ 199.121.277	\$ 210.072.947
COSTOS OPERACIONALES					
Costo de ventas	\$ 76.456.597	\$ 76.456.597	\$ 76.456.597	\$ 76.456.597	\$ 76.456.597
MOD	\$ 46.773.915	\$ 50.048.089	\$ 53.551.455	\$ 57.300.057	\$ 61.311.061
TOTAL COSTOS OP	\$ 123.230.512	\$ 126.504.686	\$ 130.008.053	\$ 133.756.654	\$ 137.767.658
UTILIDAD BRUTA	\$ 46.343.888	\$ 52.396.306	\$ 58.732.494	\$ 65.364.622	\$ 72.305.288
GASTOS OPERACIONALES					
Gastos administrativos	\$ 18.284.880	\$ 19.564.822	\$ 20.934.359	\$ 22.399.764	\$ 23.967.748
Gastos por servicios	\$ 30.144.000	\$ 31.801.920	\$ 33.551.026	\$ 35.396.332	\$ 37.343.130
Depreciaciones	\$ 2.928.533	\$ 1.113.533	\$ 1.113.533	\$ 480.000	\$ 480.000
Amortizaciones (diferido)	\$ 1.130.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL GASTOS OP	\$ 52.487.413	\$ 52.480.275	\$ 55.598.918	\$ 58.276.096	\$ 61.790.878
UTILIDAD OPERACIONAL	-\$ 6.143.526	-\$ 83.969	\$ 3.133.576	\$ 7.088.526	\$ 10.514.410
OTROS EGRESOS					
Gastos financieros	\$ 3.687.234	\$ 3.132.284	\$ 2.498.198	\$ 1.773.691	\$ 945.869
TOTAL OTROS EGRESOS	\$ 3.687.234	\$ 3.132.284	\$ 2.498.198	\$ 1.773.691	\$ 945.869
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-\$ 9.830.760	-\$ 3.216.253	\$ 635.378	\$ 5.314.835	\$ 9.568.541
Impuesto de renta (35%)	\$ -	\$ -	\$ 222.382	\$ 1.860.192	\$ 3.348.989
UTILIDAD NETA	-\$ 9.830.760	-\$ 3.216.253	\$ 412.996	\$ 3.454.643	\$ 6.219.552
UTILIDAD NETA / VENTAS	-6%	-2%	0%	2%	3%

Nota: Fuente propia. La presente tabla nos muestra el Estado de resultados en ventas al 0%

Tabla 53

FCF crecimiento de ventas 0%

FLUJO DE CAJA FINANCIADO						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
	0	1	2	3	4	5
Capital de Trabajo KW	\$	28.493.232				
Saldo Anterior			\$ 18.829.348	\$ 12.280.021	\$ 8.948.239	\$ 8.715.491
Ventas	\$	169.574.400	\$ 178.900.992	\$ 188.740.547	\$ 199.121.277	\$ 210.072.947
Egresos (costos y Gastos)	\$	171.659.392	\$ 177.871.428	\$ 184.493.437	\$ 191.552.751	\$ 199.078.536
Saldo	\$	26.408.240	\$ 19.858.912	\$ 16.527.130	\$ 16.516.765	\$ 19.709.901
Impuestos	\$	-	-	-	222.382	1.860.192
Saldo EBITDA	\$	26.408.240	\$ 19.858.912	\$ 16.527.130	\$ 16.294.382	\$ 17.849.709
Otros egresos						
Intereses	\$	3.687.234	\$ 3.132.284	\$ 2.498.198	\$ 1.773.691	\$ 945.869
Pago capital	\$	3.891.657	\$ 4.446.608	\$ 5.080.694	\$ 5.805.201	\$ 6.633.023
Total Pago Cuota	\$	7.578.892	\$ 7.578.892	\$ 7.578.892	\$ 7.578.892	\$ 7.578.892
Inversión	\$	36.938.832				
Saldo para balance	\$	-36.938.832	\$ 18.829.348	\$ 12.280.021	\$ 8.948.239	\$ 10.270.817

Tabla 54

BG crecimiento de ventas 0%

BALANCE GENERAL						
	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						

Caja y Bancos	\$ 28.493.232	\$ 18.829.348	\$ 12.280.021	\$ 8.948.239	\$ 8.715.491	\$ 10.270.817
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 28.493.232	\$ 18.829.348	\$ 12.280.021	\$ 8.948.239	\$ 8.715.491	\$ 10.270.817
ACTIVOS FIJOS						
Construcciones	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 2.160.000	\$ 1.920.000	\$ 1.680.000	\$ 1.440.000
Maquinaria y Equipo	\$ 3.415.600	\$ 3.415.600	\$ 2.227.067	\$ 1.353.533	\$ 480.000	\$ 240.000
Depreciaciones	\$ -	\$ 2.928.533	\$ 1.113.533	\$ 1.113.533	\$ 480.000	\$ 480.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 7.315.600	\$ 4.387.067	\$ 3.273.533	\$ 2.160.000	\$ 1.680.000	\$ 1.200.000
Diferidos	\$ 1.130.000	\$ 1.130.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
amortización de diferido	\$ -	\$ 1.130.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 36.938.832	\$ 23.216.415	\$ 15.553.554	\$ 11.108.239	\$ 10.395.491	\$ 11.470.817
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
Impuestos por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 222.382	\$ 1.860.192	\$ 3.348.989
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 222.382	\$ 1.860.192	\$ 3.348.989
PASIVO A LARGO PLAZO						
Obligaciones financieras	\$ 25.857.182	\$ 21.965.525	\$ 17.518.917	\$ 12.438.223	\$ 6.633.023	\$ 0
TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	\$ 25.857.182	\$ 21.965.525	\$ 17.518.917	\$ 12.438.223	\$ 6.633.023	\$ 0
TOTAL PASIVOS	\$ 25.857.182	\$ 21.965.525	\$ 17.518.917	\$ 12.660.606	\$ 8.493.215	\$ 3.348.989

PATRIMONIO

Capital	\$ 11.081.650	\$ 11.081.650	\$ 11.081.650	\$ 11.081.650	\$ 11.081.650	\$ 11.081.650
utilidad del ejercicio		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
utilidades de los ejercicios anteriores		9.830.760	3.216.253	412.996	3.454.643	6.219.552
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
		-	9.830.760	13.047.013	12.634.017	9.179.374
		\$		\$		\$
TOTAL PATRIMONIO	\$ 11.081.650	1.250.890	\$ -1.965.363	\$ -1.552.367	1.902.276	8.121.828
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 36.938.832	\$ 23.216.415	\$ 15.553.554	\$ 11.108.239	\$ 10.395.491	\$ 11.470.817
	\$	\$	\$	\$	\$	-\$
CUADRE	-	-	-	-	0	0

Nota: Fuente propia. La presente tabla nos muestra un supuesto del proyecto con ventas del 0%

Tabla 55

PR crecimiento de ventas 0%

	PERIODO DE RETORNO						
FLUJO DE EFECTIVO	-\$ 36.938.832	\$ 18.829.348	\$ 12.280.021	\$ 8.948.239	\$ 8.715.491	\$ 10.270.817	
FE ACUMULADO	-\$ 36.938.832	-\$ 18.109.484	-\$ 5.829.463	\$ 3.118.776	\$ 11.834.266	\$ 22.105.083	

Nota: Fuente propia. La presente tabla nos muestra un periodo de retorno ventas 0%

- Costos: a parte del escenario en el que los costos aumentan un 5% en el que ya vimos que no es viable, también consideramos otra opción: Aumento del 3% de los costos y en este punto el negocio continuaría siendo viable con un VPN positivo de \$17.982.279, TIR de 31% la cual está por encima de la TIO y un Periodo de Recuperación de 3,44.

Crecimiento de los costos 3%:

Tabla 56

Supuestos crecimiento de los costos 3%

SUPUESTOS DEL PROYECTO	
Platos/Mes	1.920
Inflación	5,5%
Incremento salarial	7%
Incremento en las ventas	3,0%
Prestaciones laborales	52,37%
Compras de contado	100%
Ventas de contado	100%
Impuesto de renta	35%

Nota: Fuente propia. La presente tabla nos muestra los estados del proyecto con uno costos iguales al 3%

Tabla 57

ER crecimiento de los costos 3%

ESTADO DE RESULTADOS					
	2019	2020	2021	2022	2023
INGRESOS					
VENTAS					

Unidades	23.040	23.731	24.443	25.176	25.932
Precio de venta	\$ 7.360	\$ 7.765	\$ 8.192	\$ 8.642	\$ 9.118
TOTAL INGRESOS	\$ 169.574.400	\$ 184.268.022	\$ 200.234.846	\$ 217.585.195	\$ 236.438.952
COSTOS OPERACIONALES		\$ 2.362.509	\$ 2.506.386	\$ 2.659.025	\$ 2.820.959
Costo de ventas	\$ 76.456.597	\$ 81.112.804	\$ 86.052.574	\$ 91.293.175	\$ 96.852.930
MOD	\$ 46.773.915	\$ 50.048.089	\$ 53.551.455	\$ 57.300.057	\$ 61.311.061
TOTAL COSTOS OP	\$ 123.230.512	\$ 131.160.893	\$ 139.604.029	\$ 148.593.233	\$ 158.163.991
UTILIDAD BRUTA	\$ 46.343.888	\$ 53.107.129	\$ 60.630.817	\$ 68.991.963	\$ 78.274.961
GASTOS OPERACIONALES					
Gastos administrativos	\$ 18.284.880	\$ 19.564.822	\$ 20.934.359	\$ 22.399.764	\$ 23.967.748
Gastos por servicios	\$ 30.144.000	\$ 31.801.920	\$ 33.551.026	\$ 35.396.332	\$ 37.343.130
Depreciaciones	\$ 2.928.533	\$ 1.113.533	\$ 1.113.533	\$ 480.000	\$ 480.000
Amortizaciones (diferido)	\$ 1.130.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL GASTOS OP	\$ 52.487.413	\$ 52.480.275	\$ 55.598.918	\$ 58.276.096	\$ 61.790.878
UTILIDAD OPERACIONAL	-\$ 6.143.526	\$ 626.854	\$ 5.031.899	\$ 10.715.866	\$ 16.484.083
OTROS EGRESOS					
Gastos financieros	\$ 3.687.234	\$ 3.132.284	\$ 2.498.198	\$ 1.773.691	\$ 945.869
TOTAL OTROS EGRESOS	\$ 3.687.234	\$ 3.132.284	\$ 2.498.198	\$ 1.773.691	\$ 945.869
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-\$ 9.830.760	-\$ 2.505.430	\$ 2.533.701	\$ 8.942.176	\$ 15.538.214
Impuesto de renta (35%)	\$ -	\$ -	\$ 886.795	\$ 3.129.761	\$ 5.438.375
UTILIDAD NETA	-\$ 9.830.760	-\$ 2.505.430	\$ 1.646.906	\$ 5.812.414	\$ 10.099.839
UTILIDAD NETA / VENTAS	-6%	-1%	1%	3%	4%

Nota: Fuente propia. La presente tabla nos muestra el estado de resultados con costos al 3%

Tabla 58

FCF crecimiento de los costos 3%

FLUJO DE CAJA FINANCIADO						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
	0	1	2	3	4	5
Capital de Trabajo KW	\$ 28.493.232					
Saldo Anterior		\$ 18.829.348	\$ 12.990.844	\$ 11.557.384	\$ 14.287.564	
Ventas	\$ 169.574.400	\$ 184.268.022	\$ 200.234.846	\$ 217.585.195	\$ 236.438.952	
Egresos (costos y Gastos)	\$ 171.659.392	\$ 182.527.635	\$ 194.089.414	\$ 206.389.329	\$ 219.474.869	
Saldo	\$ 26.408.240	\$ 20.569.735	\$ 19.136.276	\$ 22.753.251	\$ 31.251.647	
Impuestos	\$ -	\$ -	\$ -	886.795	3.129.761	
Saldo EBITDA	\$ 26.408.240	\$ 20.569.735	\$ 19.136.276	\$ 21.866.455	\$ 28.121.886	
Otros egresos						
Intereses	\$ 3.687.234	\$ 3.132.284	\$ 2.498.198	\$ 1.773.691	\$ 945.869	
Pago capital	\$ 3.891.657	\$ 4.446.608	\$ 5.080.694	\$ 5.805.201	\$ 6.633.023	
Total Pago Cuota	\$ 7.578.892	\$ 7.578.892	\$ 7.578.892	\$ 7.578.892	\$ 7.578.892	
Inversión	\$ 36.938.832					
Saldo para balance	\$ -36.938.832	\$ 18.829.348	\$ 12.990.844	\$ 11.557.384	\$ 14.287.564	\$ 20.542.994

Nota: Fuente propia. La presente nos muestra el flujo de caja financiado con costos al 3%

Tabla 59

BG crecimiento de los costos 3%

BALANCE GENERAL						
	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Caja y Bancos	28.493.232	18.829.348	12.990.844	11.557.384	14.287.564	20.542.994
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	28.493.232	18.829.348	12.990.844	11.557.384	14.287.564	20.542.994
ACTIVOS FIJOS						
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Construcciones	3.900.000	3.900.000	2.160.000	1.920.000	1.680.000	1.440.000
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Maquinaria y Equipo	3.415.600	3.415.600	2.227.067	1.353.533	480.000	240.000
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Depreciaciones	-	2.928.533	1.113.533	1.113.533	480.000	480.000
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
TOTAL ACTIVOS FIJOS	7.315.600	4.387.067	3.273.533	2.160.000	1.680.000	1.200.000
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Diferidos	1.130.000	1.130.000	-	-	-	-
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
amortización de diferido	-	1.130.000	-	-	-	-
TOTAL ACTIVOS	\$ 36.938.832	\$ 23.216.415	\$ 16.264.377	\$ 13.717.384	\$ 15.967.564	\$ 21.742.994
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Impuestos por pagar	-	-	-	886.795	3.129.761	5.438.375
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	-	-	-	886.795	3.129.761	5.438.375

PASIVO A LARGO PLAZO						
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Obligaciones financieras	25.857.182	21.965.525	17.518.917	12.438.223	6.633.023	0
TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	25.857.182	21.965.525	17.518.917	12.438.223	6.633.023	0
					\$	
TOTAL PASIVOS	\$ 25.857.182	\$ 21.965.525	\$ 17.518.917	\$ 13.325.019	9.762.784	\$ 5.438.375
PATRIMONIO						
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Capital	11.081.650	11.081.650	11.081.650	11.081.650	11.081.650	11.081.650
		\$ -	\$ -	\$	\$	\$
utilidad del ejercicio		9.830.760	2.505.430	1.646.906	5.812.414	10.099.839
		\$	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
utilidades de los ejercicios anteriores		-	9.830.760	12.336.190	10.689.284	4.876.870
		\$	\$	\$	\$	\$
TOTAL PATRIMONIO	\$ 11.081.650	1.250.890	\$ -1.254.540	392.366	6.204.780	\$ 16.304.619
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 36.938.832	\$ 23.216.415	\$ 16.264.377	\$ 13.717.384	\$ 15.967.564	\$ 21.742.994
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
CUADRE	-	-	-	0	0	0

Tabla 60

PR crecimiento de los costos 3%

	PERIODO DE RETORNO						
FLUJO DE EFECTIVO	-\$ 36.938.832	\$ 18.829.348	\$ 12.990.844	\$ 11.557.384	\$ 14.287.564	\$ 20.542.994	
FE ACUMULADO	-\$ 36.938.832	-\$ 18.109.484	-\$ 5.118.640	\$ 6.438.744	\$ 20.726.308	\$ 41.269.302	

Nota: Fuente propia. La presente tabla muestra el Periodo de retorno con costos a 3%

Crecimiento de los costos 5%:

Tabla 61

Supuestos crecimiento de los costos 5%

SUPUESTOS DEL PROYECTO	
Platos/Mes	1.920
Inflación	5,5%
Incremento salarial	7%
Incremento en las ventas	3,0%
Prestaciones laborales	52,37%
Compras de contado	100%
Ventas de contado	100%
Impuesto de renta	35%

Nota: Fuente propia. La presente tabla muestra los supuestos del proyecto con costos al 5%

Tabla 62

ER crecimiento de los costos 5%

ESTADO DE RESULTADOS					
	2019	2020	2021	2022	2023
INGRESOS					
VENTAS					
Unidades	23.040	23.731	24.443	25.176	25.932
Precio de venta	\$ 7.360	\$ 7.765	\$ 8.192	\$ 8.642	\$ 9.118
TOTAL INGRESOS	\$ 169.574.400	\$ 184.268.022	\$ 200.234.846	\$ 217.585.195	\$ 236.438.952

COSTOS OPERACIONALES		\$ 3.937.515	\$ 4.258.422	\$ 4.605.484	\$ 4.980.831
Costo de ventas	\$ 76.456.597	\$ 82.687.810	\$ 89.426.866	\$ 96.715.156	\$ 104.597.441
MOD	\$ 46.773.915	\$ 50.048.089	\$ 53.551.455	\$ 57.300.057	\$ 61.311.061
TOTAL COSTOS OP	\$ 123.230.512	\$ 132.735.899	\$ 142.978.322	\$ 154.015.213	\$ 165.908.502
UTILIDAD BRUTA	\$ 46.343.888	\$ 51.532.123	\$ 57.256.524	\$ 63.569.982	\$ 70.530.450
GASTOS OPERACIONALES					
Gastos administrativos	\$ 18.284.880	\$ 19.564.822	\$ 20.934.359	\$ 22.399.764	\$ 23.967.748
Gastos por servicios	\$ 30.144.000	\$ 31.801.920	\$ 33.551.026	\$ 35.396.332	\$ 37.343.130
Depreciaciones	\$ 2.928.533	\$ 1.113.533	\$ 1.113.533	\$ 480.000	\$ 480.000
Amortizaciones (diferido)	\$ 1.130.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL GASTOS OP	\$ 52.487.413	\$ 52.480.275	\$ 55.598.918	\$ 58.276.096	\$ 61.790.878
UTILIDAD OPERACIONAL	-\$ 6.143.526	-\$ 948.152	\$ 1.657.606	\$ 5.293.886	\$ 8.739.572
OTROS EGRESOS					
Gastos financieros	\$ 3.687.234	\$ 3.132.284	\$ 2.498.198	\$ 1.773.691	\$ 945.869
TOTAL OTROS EGRESOS	\$ 3.687.234	\$ 3.132.284	\$ 2.498.198	\$ 1.773.691	\$ 945.869
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-\$ 9.830.760	-\$ 4.080.436	-\$ 840.591	\$ 3.520.195	\$ 7.793.703
Impuesto de renta (35%)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.232.068	\$ 2.727.796
UTILIDAD NETA	-\$ 9.830.760	-\$ 4.080.436	-\$ 840.591	\$ 2.288.127	\$ 5.065.907
UTILIDAD NETA / VENTAS	-6%	-2%	0%	1%	2%

Nota: Fuente propia. La presente tabla nos muestra el Estado de resultados del proyecto con crecimiento de los costos al 5%

Tabla 63

FCF crecimiento de los costos 5%

FLUJO DE CAJA FINANCIADO						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
	0	1	2	3	4	5
Capital de Trabajo KW	\$	28.493.232				
Saldo Anterior			\$ 18.829.348	\$ 11.415.838	\$ 6.608.086	\$ 4.803.080
Ventas	\$	169.574.400	\$ 184.268.022	\$ 200.234.846	\$ 217.585.195	\$ 236.438.952
Egresos (costos y Gastos)	\$	171.659.392	\$ 184.102.641	\$ 197.463.706	\$ 211.811.309	\$ 227.219.380
Saldo	\$	26.408.240	\$ 18.994.729	\$ 14.186.977	\$ 12.381.972	\$ 14.022.652
Impuestos	\$	-	-	-	-	1.232.068
Saldo EBITDA	\$	26.408.240	\$ 18.994.729	\$ 14.186.977	\$ 12.381.972	\$ 12.790.584
Otros egresos						
Intereses	\$	3.687.234	\$ 3.132.284	\$ 2.498.198	\$ 1.773.691	\$ 945.869
Pago capital	\$	3.891.657	\$ 4.446.608	\$ 5.080.694	\$ 5.805.201	\$ 6.633.023
Total Pago Cuota	\$	7.578.892	\$ 7.578.892	\$ 7.578.892	\$ 7.578.892	\$ 7.578.892
Inversión	\$	36.938.832				
Saldo para balance	\$	-36.938.832	\$ 18.829.348	\$ 11.415.838	\$ 6.608.086	\$ 4.803.080
						\$ 5.211.692

Nota: Fuente propia. La presente tabla muestra el flujo de caja financiado con un crecimiento de los costos al 5%

Tabla 64

BG crecimiento de los costos 5%

BALANCE GENERAL						
	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Caja y Bancos	28.493.232	18.829.348	11.415.838	6.608.086	4.803.080	5.211.692
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	28.493.232	18.829.348	11.415.838	6.608.086	4.803.080	5.211.692
ACTIVOS FIJOS						
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Construcciones	3.900.000	3.900.000	2.160.000	1.920.000	1.680.000	1.440.000
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Maquinaria y Equipo	3.415.600	3.415.600	2.227.067	1.353.533	480.000	240.000
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Depreciaciones	-	2.928.533	1.113.533	1.113.533	480.000	480.000
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
TOTAL ACTIVOS FIJOS	7.315.600	4.387.067	3.273.533	2.160.000	1.680.000	1.200.000
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Diferidos	1.130.000	1.130.000	-	-	-	-
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
amortización de diferido	-	1.130.000	-	-	-	-
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
TOTAL ACTIVOS	\$ 36.938.832	\$ 23.216.415	\$ 14.689.371	8.768.086	6.483.080	\$ 6.411.692
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Impuestos por pagar	-	-	-	-	1.232.068	2.727.796

TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.232.068	\$ 2.727.796
PASIVO A LARGO PLAZO						
Obligaciones financieras	\$ 25.857.182	\$ 21.965.525	\$ 17.518.917	\$ 12.438.223	\$ 6.633.023	\$ 0
TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	\$ 25.857.182	\$ 21.965.525	\$ 17.518.917	\$ 12.438.223	\$ 6.633.023	\$ 0
TOTAL PASIVOS	\$ 25.857.182	\$ 21.965.525	\$ 17.518.917	\$ 12.438.223	\$ 7.865.091	\$ 2.727.796
PATRIMONIO						
Capital	\$ 11.081.650	\$ 11.081.650	\$ 11.081.650	\$ 11.081.650	\$ 11.081.650	\$ 11.081.650
utilidad del ejercicio		\$ 9.830.760	\$ 4.080.436	\$ 840.591	\$ 2.288.127	\$ 5.065.907
utilidades de los ejercicios anteriores		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PATRIMONIO	\$ 11.081.650	\$ 1.250.890	\$ -2.829.546	\$ -3.670.138	\$ -1.382.011	\$ 3.683.896
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 36.938.832	\$ 23.216.415	\$ 14.689.371	\$ 8.768.086	\$ 6.483.080	\$ 6.411.692
CUADRE	\$ -	\$ -	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

Nota: Fuente propia. La presente tabla muestra balance general con un porcentaje del 5%

Tabla 65

PR crecimiento de los costos 5%

	PERIODO DE RETORNO					
FLUJO DE EFECTIVO	-\$ 36.938.832	\$ 18.829.348	\$ 11.415.838	\$ 6.608.086	\$ 4.803.080	\$ 5.211.692
FE ACUMULADO	-\$ 36.938.832	-\$ 18.109.484	-\$ 6.693.646	-\$ 85.560	\$ 4.717.520	\$ 9.929.212

Nota: Fuente propia. La presente tabla muestra el periodo de retorno con un crecimiento en costos del 5%

- Finalmente, contemplando un escenario en el que ya no es una inversión propia del 30% si no del 50%, como era de esperar sería muy favorable para el negocio ya que el VPN en este caso aumentaría un poco más de \$10.000.000, la TIR aumentaría un 13% y el PR seria 0,44 años menor comparándolo con las cifras proyectadas al inicio.

Inversión propia 50%:

Tabla 66

Supuestos inversión propia 50%

SUPUESTOS DEL PROYECTO	
Platos/Mes	1.920
Inflación	5,5%
Incremento salarial	7%
Incremento en las ventas	3,0%
Prestaciones laborales	52,37%
Compras de contado	100%
Ventas de contado	100%
Impuesto de renta	35%

Nota: Fuente propia. La presente tabla muestra el supuesto del proyecto con una inversión propia del 50%

Tabla 67

ER inversión propia 50%

ESTADO DE RESULTADOS					
	2019	2020	2021	2022	2023
INGRESOS					
VENTAS					
Unidades	23.040	23.731	24.443	25.176	25.932
Precio de venta	\$ 7.360	\$ 7.765	\$ 8.192	\$ 8.642	\$ 9.118
TOTAL INGRESOS	\$ 169.574.400	\$ 184.268.022	\$ 200.234.846	\$ 217.585.195	\$ 236.438.952
COSTOS OPERACIONALES					
Costo de ventas	\$ 76.456.597	\$ 78.750.295	\$ 81.112.804	\$ 83.546.188	\$ 86.052.574
MOD	\$ 46.773.915	\$ 50.048.089	\$ 53.551.455	\$ 57.300.057	\$ 61.311.061
TOTAL COSTOS OP	\$ 123.230.512	\$ 128.798.384	\$ 134.664.259	\$ 140.846.245	\$ 147.363.635
UTILIDAD BRUTA	\$ 46.343.888	\$ 55.469.638	\$ 65.570.587	\$ 76.738.950	\$ 89.075.317
GASTOS OPERACIONALES					
Gastos administrativos	\$ 18.284.880	\$ 19.564.822	\$ 20.934.359	\$ 22.399.764	\$ 23.967.748
Gastos por servicios	\$ 30.144.000	\$ 31.801.920	\$ 33.551.026	\$ 35.396.332	\$ 37.343.130
Depreciaciones	\$ 2.928.533	\$ 1.113.533	\$ 1.113.533	\$ 480.000	\$ 480.000
Amortizaciones (diferido)	\$ 1.130.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL GASTOS OP	\$ 52.487.413	\$ 52.480.275	\$ 55.598.918	\$ 58.276.096	\$ 61.790.878
UTILIDAD OPERACIONAL	-\$ 6.143.526	\$ 2.989.363	\$ 9.971.669	\$ 18.462.854	\$ 27.284.439
OTROS EGRESOS					
Gastos financieros	\$ 2.633.739	\$ 2.237.346	\$ 1.784.427	\$ 1.266.922	\$ 675.621
TOTAL OTROS EGRESOS	\$ 2.633.739	\$ 2.237.346	\$ 1.784.427	\$ 1.266.922	\$ 675.621

UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-\$ 8.777.264	\$ 752.017	\$ 8.187.242	\$ 17.195.932	\$ 26.608.819
Impuesto de renta (35%)	\$ -	\$ 263.206	\$ 2.865.535	\$ 6.018.576	\$ 9.313.087
UTILIDAD NETA	-\$ 8.777.264	\$ 488.811	\$ 5.321.707	\$ 11.177.356	\$ 17.295.732
UTILIDAD NETA / VENTAS	-5%	0%	3%	5%	7%

Nota: Fuente formal. La presente tabla presenta los estados financieros con una inversión propia de 50%

Tabla 68

FCF inversión propia 50%

FLUJO DE CAJA FINANCIADO						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
	0	1	2	3	4	5
Capital de Trabajo KW	\$ 28.493.232					
Saldo Anterior		\$ 20.994.746	\$ 19.684.148	\$ 25.092.650	\$ 35.756.475	
Ventas	\$ 169.574.400	\$ 184.268.022	\$ 200.234.846	\$ 217.585.195	\$ 236.438.952	
Egresos (costos y Gastos)	\$ 171.659.392	\$ 180.165.126	\$ 189.149.644	\$ 198.642.342	\$ 208.674.513	
Saldo	\$ 26.408.240	\$ 25.097.642	\$ 30.769.350	\$ 44.035.504	\$ 63.520.914	
Impuestos	\$ -	\$ -	263.206	2.865.535	6.018.576	
Saldo EBITDA	\$ 26.408.240	\$ 25.097.642	\$ 30.506.144	\$ 41.169.969	\$ 57.502.338	
Otros egresos						
Intereses	\$ 2.633.739	\$ 2.237.346	\$ 1.784.427	\$ 1.266.922	\$ 675.621	
Pago capital	\$ 2.779.755	\$ 3.176.148	\$ 3.629.067	\$ 4.146.572	\$ 4.737.873	
Total Pago Cuota	\$ 5.413.494	\$ 5.413.494	\$ 5.413.494	\$ 5.413.494	\$ 5.413.494	
Inversión	\$ 36.938.832					
Saldo para balance	\$ -36.938.832	\$ 20.994.746	\$ 19.684.148	\$ 25.092.650	\$ 35.756.475	\$ 52.088.844

Nota: Fuente propia. La presente tabla muestra el flujo de caja con una inversión propia del 50%

Tabla 69

BG inversión propia 50%

BALANCE GENERAL						
	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja y Bancos	\$ 28.493.232	\$ 20.994.746	\$ 19.684.148	\$ 25.092.650	\$ 35.756.475	\$ 52.088.844
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 28.493.232	\$ 20.994.746	\$ 19.684.148	\$ 25.092.650	\$ 35.756.475	\$ 52.088.844
ACTIVOS FIJOS						
Construcciones	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 2.160.000	\$ 1.920.000	\$ 1.680.000	\$ 1.440.000
Maquinaria y Equipo	\$ 3.415.600	\$ 3.415.600	\$ 2.227.067	\$ 1.353.533	\$ 480.000	\$ 240.000
Depreciaciones	\$ -	\$ 2.928.533	\$ 1.113.533	\$ 1.113.533	\$ 480.000	\$ 480.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 7.315.600	\$ 4.387.067	\$ 3.273.533	\$ 2.160.000	\$ 1.680.000	\$ 1.200.000
Diferidos	\$ 1.130.000	\$ 1.130.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
amortización de diferido	\$ -	\$ 1.130.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 36.938.832	\$ 25.381.813	\$ 22.957.681	\$ 27.252.650	\$ 37.436.475	\$ 53.288.844
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
Impuestos por pagar	\$ -	\$ -	\$ 263.206	\$ 2.865.535	\$ 6.018.576	\$ 9.313.087
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ -	\$ -	\$ 263.206	\$ 2.865.535	\$ 6.018.576	\$ 9.313.087

PASIVO A LARGO PLAZO						
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Obligaciones financieras	18.469.416	15.689.661	12.513.512	8.884.445	4.737.873	0
TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	\$	\$	\$	\$	\$	\$
PLAZO	18.469.416	15.689.661	12.513.512	8.884.445	4.737.873	0
TOTAL PASIVOS	\$ 18.469.416	\$ 15.689.661	\$ 12.776.718	\$ 11.749.980	\$ 10.756.449	\$ 9.313.087
PATRIMONIO						
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Capital	18.469.416	18.469.416	18.469.416	18.469.416	18.469.416	18.469.416
		\$ -	\$	\$	\$	\$
utilidad del ejercicio		8.777.264	488.811	5.321.707	11.177.356	17.295.732
		\$	\$ -	\$ -	\$ -	\$
utilidades de los ejercicios anteriores		-	8.777.264	8.288.453	2.966.746	8.210.610
		\$				
TOTAL PATRIMONIO	\$ 18.469.416	9.692.152	\$ 10.180.963	\$ 15.502.670	\$ 26.680.026	\$ 43.975.758
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 36.938.832	\$ 25.381.813	\$ 22.957.681	\$ 27.252.650	\$ 37.436.475	\$ 53.288.844
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
CUADRE	-	-	-	0	-	-

Nota: Fuente propia. La presente tabla muestra el balance general con una inversión propia del 50%

Tabla 70

PR inversión propia 50%

PERIODO DE RETORNO												
FLUJO DE EFECTIVO	-\$	36.938.832	\$	20.994.746	\$	19.684.148	\$	25.092.650	\$	35.756.475	\$	52.088.844
FE ACUMULADO	-\$	36.938.832	-\$	15.944.086	\$	3.740.062	\$	28.832.711	\$	64.589.186	\$	116.678.031

Nota: Fuente propia. La tabla 70 muestra como sería el periodo de retorno con una inversión propia del 50%

Tabla 71
Amortización inversión propia 50%

6. AMORTIZACIÓN DEL CREDITO	
Capital financiado (70%)	\$ 18.469.416
Recursos Propios (30%)	\$ 18.469.416
TOTAL INVERSIÓN	\$ 36.938.832

TABLA DE AMORTIZACIONES

Valor del credito				\$	18.469.416
# de Periodos					5
Tasa de Interés					14,26%
Pago				\$	5.413.494
	CUOTA	INTERÉS	ABONO A CAPITAL	SALDO	
\$		\$	\$	\$	
5.413.494		2.633.739	2.779.755	15.689.661	
\$		\$	\$	\$	
5.413.494		2.237.346	3.176.148	12.513.512	
\$		\$	\$	\$	
5.413.494		1.784.427	3.629.067	8.884.445	
\$		\$	\$	\$	
5.413.494		1.266.922	4.146.572	4.737.873	
\$		\$	\$	\$	
5.413.494		675.621	4.737.873	0	

Nota: Fuente propia. La anterior tabla muestra como es la amortización del proyecto con inversión propia del 50%

Tabla 72
WACC inversión propia 50%

WACC					
Deuda	\$	18.469.416	0,50	0,09	0,05
Recursos propios	\$	18.469.416	0,50	0,13	0,06
	\$	36.938.832		CCPPC	11,07%

Nota: Fuente propia. La presente tabla nos muestra la WACC con inversión propia al 50%

Es importante dejar en claro, que este análisis de sensibilidad se realiza porque es importante contemplar escenarios que se pueden presentar pese a la investigación y proyecciones realizadas; muchos de estos se dan por causas ajenas al proyecto; por ejemplo los costos dependen en gran medida a la inflación y a factores externos que puedan aumentar los valores de los insumos que usa el proyecto; de la misma manera las ventas pueden disminuir por la falta de recursos del público objetivo o muchas veces por crisis que vivimos en nuestro país como los últimos paros nacionales.

Módulo 13. Sostenibilidad Ambiental y Responsabilidad Social Empresarial

Respecto a la RSE, encontramos lo siguiente:

Tabla 73. Sostenibilidad ambiental y RSE

	Aire	Tierra	Agua
Beneficios ambientales	La afectación que se realiza es mínima, por cuanto se quiere que la empresa tenga una cocina la cual no afecte el aire	No existe afectación alguna	No existe afectación al ríos o cuencas con el presente proyecto.
Beneficios sociales	Empleo Se emplearán 5 personas Contratación con proveedores Compra de materiales	Salud Mayor limpieza en los productos y en el establecimiento. Menos esfuerzo físico para el trabajador	

Nota: Fuente propia. Se realiza la matriz la cual es importante para determinar la viabilidad ambiental y la responsabilidad social que se debe tener en toda sociedad o empresa para su correspondiente puesta en marcha.

Frente a lo anterior, se puede determinar que no existe afectación al medio ambiente, pues no afectamos directamente los recursos naturales; no existe afectación a ríos, tala de árboles, o afectación a la tierra directamente, podría existir en una cantidad menor la afectación de ciertos materiales que se usan para la producción de alimentos, sin embargo, el restaurante se asegurará de cumplir con toda la normativa para evitar este daño, al respecto encontramos los siguientes compromisos:

- Los residuos de alimentos y aceites; no se realizarán dentro de las cañerías del restaurante, es decir que no se verterán en la red pública del municipio,
- Los elementos de aseo se guardarán en lugares seguros, ya que de no estar en una supervisión adecuada estos, pueden afectar el medio ambiente y en especial el agua.
- Las emisiones de ruido que genere el establecimiento de comercio se realizarán conforme a los decibeles autorizados dentro del código de policía.

En general el restaurante hará correcto cumplimiento a las disposiciones legales contenidas dentro del Decreto 1.076 de 2.015

ARTÍCULO 2.2.5.1.3.7. Control a emisiones molestas de establecimientos comerciales. *Los establecimientos comerciales que produzcan emisiones al aire, tales como restaurantes, lavanderías, o pequeños negocios, deberán contar con ductos o dispositivos que aseguren la adecuada dispersión de los gases, vapores, partículas u olores, y que impidan causar con ellos molestia a los vecinos o a los transeúntes.*

Igualmente es importante implementar políticas ambientales como el manejo de residuos, de tal forma que se tenga una política de reciclaje, separando dentro de los residuos lo orgánico del plástico, y de esta manera poder ayudar con las políticas mundiales de medio ambiente.

El uso del agua es fundamental para el desarrollo de un restaurante, sin embargo consideramos que existe un uso exagerado del agua en algunas partes donde podemos degustar la comida; Colombia desafortunadamente no cuenta con políticas serias para el uso del agua, y por ellos consideramos de gran importancia ahorrar al momento de lavar los elementos de cocina e igualmente al momento de cocinar; a futuro, se podría implementar maquinas especiales que hagan la función de lavar con poca agua y con mucho vapor, las cuales en la actualidad existen en restaurantes de alto flujo.

El concepto de un restaurante sostenible resultaría ideal, sin embargo, elevaría los costos del proyecto actual; para ello, es necesario poder hacer una inversión en paneles solares; los cuales ayudan a disminuir las emisiones de dióxido de carbono; sin embargo, a futuro se podría plantear la posibilidad de implantarlos. Por el momento crear conciencia a los empleados del restaurante del ahorro de la energía, como luces, equipos de sonido, aires acondicionados.

La conciencia de buenas prácticas ambientales y la enseñanza a trabajadores y a comensales del reciclaje son fundamentales para la puesta en marcha de un buen restaurante que cumpla con estándares ambientales de calidad.

Modulo 14. Resumen ejecutivo

El objetivo del proyecto se fundamenta en un Plan de Negocio para determinar la viabilidad de un restaurante dedicado a la elaboración y venta de calentados. La idea surge por cuanto con anterioridad se había implementado a través de un Food Truck la venta de calentados por parte de los integrantes del grupo.

Creemos que implementar el mismo producto en un local comercial sería una gran idea, por cuanto la experiencia vivida no fue desalentadora, por el contrario, fue

enriquecedora y fructífera; más aún cuando a la fecha existen más personas que desean salir de sus casas a consumir en restaurantes y que mejor idea que poder salir de tu casa a consumir un alimento que sea igual o mejor al que consumes en tu casa. A la fecha, podemos determinar lo anterior de la siguiente manera:

Tabla 74

CONSUMO	Neiva
Población Huila	347,500
Consumo comida fuera del hogar (1 vez x sem)	13,900.00 4%
Personas consumen a la semana	556
Mercado objetivo	72.28
Tendencia del Mercado (crecimiento)	3%

Nota: Fuente propia: Porcentaje de la cantidad de colombianos que comen por fuera de su casa, en contraste con la población que lo hace en Neiva; mercado objetivo al cual el proyecto quiere apuntar.

Esta viabilidad y el diagnóstico la podemos resumir en la siguiente proyección de ventas; las cuales resultarían agradables para cualquier inversionista

Tabla 75

SUPUESTOS:		INGRESOS POR VENTAS				
		2019	2020	2021	2022	2023
Inflación	5.5%					
Incremento en las ventas	7.0%					
Platos/día CALENTADOS	\$ 30	\$ 32	\$ 34	\$ 37	\$ 39	
Platos/día EJECUTIVO	\$ 50	\$ 54	\$ 57	\$ 61	\$ 66	
Platos/Mes	\$ 1,920	\$ 2,054	\$ 2,198	\$ 2,352	\$ 2,517	
Precios/Plato CALENTADO	\$ 9,367	\$ 9,882	\$ 10,425	\$ 10,999	\$ 11,604	
Precios/Plato EJECUTIVO	\$ 6,500	\$ 6,858	\$ 7,235	\$ 7,633	\$ 8,052	
Ingresos/Mes	\$ 14,131,200	\$ 15,952,005	\$ 18,007,421	\$ 20,327,677	\$ 22,946,898	
Ingresos/Año	\$ 169,574,400	\$ 191,424,061	\$ 216,089,052	\$ 243,932,126	\$ 275,362,781	
Costo de ventas mes	\$ 14,304,949	\$ 10,733,199	\$ 11,222,022	\$ 11,737,187	\$ 12,280,303	


	SUPUESTOS				
	2019	2020	2021	2022	2023
Inflación	6.20%	6.20%	4.00%	4.00%	4.00%
# Platos Vendidos	30.00	40.00	50.00	60.00	70.00
Margen Platos	40%	40%	40%	40%	40%
Tasa de Interés	14%				
Impuesto a la renta	25%	25%	25%	25%	25%

CONSUMO	NEIVA	
Población Neiva Huila		347,500
Consumo comida fuera del hogar (1 vez x sem)	13,900	4% 1 vez al día
Personas consumen a la semana		556
Mercado objetivo		72.28
Tendencia del Mercado (crecimiento)		3%

Nota: Fuente propia. Determinamos los supuestos de ventas las cuales necesita el proyecto durante cinco años de existencia

De acuerdo con la anterior proyección consideramos que, si se ejecuta el plan y las proyecciones conforme al presente escrito, el proyecto resultaría de mucho interés para un inversionista ya que como se explicó en el análisis de sensibilidad, la ganancia y la inversión se aseguran.

Tabla 76

TASA DE DESCUENTO		12.88%		TASA INTERNA DE OPORTUNIDAD	
VPN	\$	44,799,805		Tasa del mercado financiero (DTF)	4.38%
TIR		48.4%	Tasa esperada de inflación (IPC)	5.50%	
Relación B/C		2.21	Tasa esperada por el inversionista	7%	
			Tasa esperada por el empresario	7%	
			TIO	12.88%	

Nota: Fuente propia: La viabilidad de un proyecto se determina conforme a lo siguiente: Si TIR > Tasa de Descuento: El proyecto será aceptado. Si TIR = Tasa de Descuento: Estaríamos de cara en un proyecto que hay que mejorar. Si TIR < Tasa de Descuento: El proyecto será rechazado. En consecuencia, como observamos que la TIR (48.4%) es superior a la tasa de descuento (12.88%); y por lo tanto el proyecto resulta viable para su ejecución. En cuanto a la VPN podemos evidenciar que si traemos la inversión y los esfuerzos a cinco años; La inversión se maximizará y será generadora de valor.

Después del completo desarrollo del proyecto, podemos encontrar que el mismo resultaría viable siempre y cuando se cumplan los presupuestos y proyecciones contempladas en el presente documento; y esto es respaldado de acuerdo con el resultado

arrojado por la TIR que supera la tasa de descuento esperada por el inversionista; de la misma manera, la VPN concluye una maximización en el valor de la inversión.

Finalmente se sugiera que crecimiento de las ventas que se desarrollen a lo largo del proyecto no pueden ser menores al establecido dentro del presente escrito, es decir el dos (2%); de lo contrario, la viabilidad del proyecto se vería afectada.

Finalmente, el diagnostico del proyecto se resume en que el proyecto es viable, ya que el análisis financiero desarrolla de manera numérica la viabilidad del proyecto el cual quiere implementar en un futuro, sin embargo, existe un gran inconveniente expuesto en los riesgos externos del proyecto como lo es la inflación, y la capacidad adquisitiva del que tiene el ciudadano colombiano, pero en especial la capacidad de adquirir y consumir bienes y productos por parte del ciudadano neivano.

Sitios de apoyo y referencia

- Arrieros, F. I. (n.d.). *Fonda los Arrieros*. Retrieved from Fonda los Arrieros:
<http://www.fondalosarrieros.com/>
- Buritica, I. (n.d.). *Inmbiliaria Buritica*. Retrieved from Inmbiliaria Buritica:
<http://www.inmbiliariaburitica.com/prop?v0=553>
- DANE. (2016). *ICER 2015*. NEIVA: OCTUBRE.
- Darnel. (n.d.). *Darnel*. Retrieved from Darnel:
http://co.darnelgroup.com/?gclid=Cj0KCQiA2vjuBRCqARIsAJL5a-IewOwJHHo9K7n86ym-1nKXMTJ06ek_iEl6B2ZcQd5dgCAmZa9I35gaAtWwEALw_wcB
- DINERO. (2018, AGOSTO 16). *DINERO*. Retrieved from DINERO:
<https://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/emprendimientos-de-gastronomia-en-colombia/261016>
- Dinero. (n.d.). *www.dinero.com*. Retrieved from Dinero:
<https://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/emprendimientos-de-gastronomia-en-colombia/261016>
- DINERO, R. (2018, AGOSTO 16). *DINERO*. Retrieved from DINERO:
<https://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/emprendimientos-de-gastronomia-en-colombia/261016>
- Esmeralda. (n.d.). *Esmeralda*. Retrieved from <http://esmeralda-sl.com/vajilla/1034-plato-hondo-22-corella.html>.
- Fung, L. (n.d.). *Loon Fung*. Retrieved from Loon Fung: <https://website-6274299010399013586123-chineserestaurant.negocio.site/>
- Fung, L. (n.d.). *Loon Fung*. Retrieved from Loon Fung: <https://website-6274299010399013586123-chineserestaurant.negocio.site/>
- Marco`s, R. C. (n.d.). *Facebook*. Retrieved from Restaurante Chino Marco`s:
<https://m.facebook.com/Restaurante-Chino-Marcos-295553233876529/>
- Nielsen. (2016, 10 26). *Nielsen.com*. Retrieved from Nielsen:
<https://www.nielsen.com/co/es/insights/article/2016/38-por-ciento-de-los-colombianos-come-fuera-de-su-hogar-una-o-mas-veces-a-la-semana/>
- Sentry, H. (n.d.). *Home Sentry*. Retrieved from Home Sentry:
https://www.homesentry.co/p/plato-hondo-cuadrado-expressions-tabletops-ffw65-16cms_blanco/