

**Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comidas originarias del
Pacífico “Deseos del Pacífico”.**



**Claudia Mercedes Hernández Ocoró
Cristina Muñoz Muñoz**

**Corporación Universitaria ComfacaUCA
Facultad de Ciencias Empresariales
Programa de ‘Contaduría Pública’
Popayán
2019**

**Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comidas originarias del
Pacífico “Deseos del Pacífico”.**



**Claudia Mercedes Hernández Ocoró
Cristina Muñoz Muñoz**

**Trabajo presentado como Proyecto de Grado para optar al título de
'Contador Público'.**

Directora: Mg(c). Mabel Irene Figueroa Paz

**Corporación Universitaria ComfacaUCA
Facultad de Ciencias Empresariales
Programa de 'Contaduría Pública'
Popayán
2019**

Nota de aceptación

Aprobado por los jurados en cumplimiento de los requisitos exigidos por la corporación universitaria comfacauca “Unicomfacauca” para optar el título de contador público.

Director de trabajo de grado Mabel Irene Figueroa Paz

Jurado 1 Leidy consuelo torres collazos

Jurado 2 Sergio Andres lozano Niño

Dedicatoria

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida, fortaleza, sabiduría y entendimiento necesario para llegar hasta este momento tan importante de mi formación académica.

A mis Padres Claudio, Isabel y Marcia pilares fundamentales en mi vida, por estar ahí siempre, por todo su amor, apoyo, confianza, comprensión, por velar por mi bienestar y educación.

A mi familia quienes me han acompañado a lo largo de mi carrera académica, llenándome de fuerza para seguir adelante.

A mis compañeros y amigos por ayudarme en los momentos más arduos y animarme a ser siempre mejor.

A todos ellos dedico este proyecto, porque sin ellos, no hubiese podido ser. Los Amo.

Claudia Mercedes Hernández Ocoró

Este proyecto lo dedico principalmente a Dios, por darme fortaleza y fuerza para continuar en este proceso y obtener mis objetivos.

A mis padres por su dedicación, amor y sacrificio durante todo este tiempo; siempre creyeron en mis esfuerzos y nunca dejaron de motivarme para que sea una mejor persona, mejor profesional y mejor ser humano.

A mi esposo y a mi hijo quienes fueron un motor y estuvieron acompañándome, por darme su cariño y apoyo incondicional durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias.

Finalmente quiero dedicar a todas las personas que me apoyaron y contribuyeron para realizar este proyecto.

Cristina Muñoz Muñoz

Agradecimientos

Ante todo, le agradecemos a Dios, por la vida, entendimiento y sabiduría, a nuestros padres, a nuestra familia en general, a la Corporación Universitaria Comfacauca, al Programa de Contaduría Pública por brindarnos un cuerpo directivo, administrativo y docente que brinda todo su conocimiento y experiencias necesarios para nuestra formación como profesionales.

A nuestra asesora **Mabel Irene Figueroa Paz**, la cual nos brindó sus conocimientos y experiencias dedicándonos gran parte de su tiempo en el tema de estudio de factibilidad, permitiéndonos culminar con éxito este trabajo de grado.

Por ultimo nos queda agradecer a todas esas personas profesores, alumnos, amigos, compañeros y demás, por todo su apoyo, comprensión y confianza que nos brindaron a lo largo de esta carrera.

¡Gracias!!

Contenido

	Pág.
INTRODUCCION	17
CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	19
1.1.Formulación del problema	19
Pregunta generadora del problema	19
1.2.Justificación	21
1.3.Diseño de Objetivos.....	22
1.3.1.Objetivo general	22
1.3.2.Objetivos específicos	22
CAPITULO II: MARCO REFENCIAL	23
2.1.Marco geografico.....	23
2.2.Marco Teórico	24
2.3.Marco Conceptual.....	28
2.4.Antecedentes	28
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	32
CAPÍTULO IV: RESULTADOS ANALISIS DEL MERCADO	33
4.1.Objetivos del estudio mercado	33
4.1.1.Objetivos general.....	33
4.1.2.Objetivos especificos	33
4.2.Tamaño y crecimiento del Mercado	33
4.3.Muestreo.....	34
4.4.Cálculo de la muestra (n).....	34
4.5.Procesamiento de la información.....	35
4.6.Tabulacion de resultados	35
4.7.Conclusiones del estudio de mercado	44
CAPITULO V: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y ESTRATEGIAS DE MERCADO	46
5.1.Estrategias de mercado.....	48
5.1.1.Estrategas de recordacion de marca.....	48

5.1.2.Especificaciones de los productos	48
5.1.3.Estrategias de precio	52
5.1.4.Estrategias de promoción	53
5.1.5.Estrategias de servicio al cliente	53
5.1.5.1.Calidad interna del sevicio	53
5.1.5.2.Calidad de los productos.....	54
5.1.5.3.Flujo proceso de servicio.....	55
5.1.6.Publicidad	56
5.1.7.Localizacion del proyecto	56
5.1.7.1.Macro localizacion.....	57
5.1.7. 2.Microlizacion	57
5.1.8.Aprovisionamiento	57
5.2.Presupuesto mezcla de mercado	58
5.3.Proyeccion de ventas	58
CAPITULO VI: REQUERIMIENTOS TECNICOS PARA LA PRESTACION DEL SERVICIO .	60
6.1.Flujo proceso operativo	60
6.2.Flujo proceso de abastecimiento	61
6.3.Materias primas.....	61
6.4.Requerimientos de equipo operativo.....	64
6.4.1.Maquinaria	64
6.4.2.Muebles y enseres	66
CAPITULO VII: ORGANIZACIÓN	67
7.1.Organización y legalización.....	67
7.1.1.Analisis DOFA	67
7.1.2.Estructura organizacional	69
7.2.ASPECTOS LEGALES	76
7.2.1.Nombre	76
7.2.2.Tipo de sociedad	77
7.2.3.Aspectos legales para la creación de empresas.....	77
7.2.3.1.Requisitos	77
7.2.3.2.Particularidades de una Sociedad de Responsabilidad Limitada.....	78

7.3.Gastos administrativos.....	81
7.3.1.Gastos de Personal	81
7.3.2.Salarios por prestacion de servicio	83
7.3.3.Gastos de puesta en marcha	83
CAPITULO VIII: FINANZAS	84
8.1.Estudio financiero	84
8.1.2.Incrementos.....	84
8.1.3.Proyeccion de Costos y gastos	84
8.1.4.Inversión Inicial.....	85
8.1.5.Depreciacion	86
8.2.Proyeccion de los estados financieros	87
8.2.1.Flujo de caja libre.....	87
8.2.2.Flujo de caja del inversionista.....	87
8.2.2.1.Indicadores Financieros del flujo de caja del inversionista.....	88
8.2.2.2.Periodo de recuperacion del inversionista	89
8.2.3.Amortización Crédito	89
CAPITULO IX: IMPACTOS	90
9.1.Económico	90
9.2.Social.....	90
9.3.Ambiental.....	90
CAPITULO X: CONCLUSIONES.....	91
CAPITULO XI: RECOMENDACIONES	92
Referencias.....	93
Anexos	96

Lista de Gráfica

Pág.

Gráfica 1. Variación porcentual del sector servicios de suministros alimentos y bebidas.....	31
Gráfica 2. Tipo de ocupación	36
Gráfica 3. Residencia del encuestado.....	37
Gráfica 4. Gusto por la comida marítima	37
Gráfica 5. Tendencia a comer en restaurantes.....	38
Gráfica 6. Frecuencia a comer en restaurantes.....	39
Gráfica 7. Factores determinantes de escogencia del restaurante	40
Gráfica 8. Reconocimientos de restaurantes de comida marítima en Popayán.....	40
Gráfica 9. Grado de satisfacción con la comida marítima saboreada	41
Gráfica 10. Preferencia de platos comida marítima	42
Gráfica 11. Opción de consumo por la comida marítima	42
Gráfica 12. Ubicación deseada del restaurante	43
Gráfica 13. Rango de precios a pagar	44

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Nivel de confianza.....	34
Tabla 2. Tamaño muestral.....	35
Tabla 3. Tipo de ocupación.....	36
Tabla 4. Residencia del encuestado.....	36
Tabla 5. Gusto por la comida marítima.....	37
Tabla 6. Tendencia a comer en restaurantes.....	38
Tabla 7. Frecuencia a comer en restaurantes.....	39
Tabla 8. Factores determinantes de escogencia del restaurante.....	39
Tabla 9. Reconocimientos de restaurantes de comida marítima en Popayán.....	40
Tabla 10. Grado de satisfacción con la comida marítima saboreada.....	41
Tabla 11. Preferencia de platos comida marítima.....	41
Tabla 12. Opción de consumo por la comida marítima.....	42
Tabla 13. Ubicación deseada del restaurante.....	43
Tabla 14. Rangos en los precios.....	44
Tabla 15. Valores de los platos.....	52
Tabla 16. Presupuesto mezcla de mercado (En miles de pesos).....	58
Tabla 17. Proyección de ventas.....	59
Tabla 18. Costos (En miles de pesos).....	59
Tabla 19. Ceviche de camaron.....	62
Tabla 20. Ecocado de jaiba.....	62
Tabla 21. Pescado frito.....	63
Tabla 22. Arroz con mariscos.....	63
Tabla 23. Atollado de almejas.....	64
Tabla 24. Equipo operativo (En miles de pesos).....	65
Tabla 25. Muebles y ensere (En miles de pesos).....	66
Tabla 26. Adecuaciones físicas (En miles de pesos).....	66
Tabla 27. Salarios.....	82
Tabla 28. Prestaciones sociales.....	82

Tabla 29.Prestacion de servicios	83
Tabla 30.gastos de legalizacion.....	83
Tabla 31.ingresos proyectados (En miles de pesos)	84
Tabla 32. costos proyectados	85
Tabla 33. Gastos proyectados.....	85
Tabla 34. Inversion inicial.....	86
Tabla 35 Depreciacion	86
Tabla 36. Estado de flujo de caja libre	87
Tabla 37. Flujo de caja del inversionista	88
Tabla 38. Indicadores flujo de caja del inversionista	88
Tabla 39. Periodo de recuperacion del inversionista	89
Tabla 40. Amortizacion	89

Lista de Ilustraciones

	Pág.
Ilustración 1. Zona urbana de popayan	24
Ilustración 2. Encocado de jaiba	49
Ilustración 3. Ceviche de camarón	49
Ilustración 4. Arroz con mariscos	50
Ilustración 5. Pescado frito.....	51
Ilustración 6. Atollado de almejas.....	51
Ilustración 7.Diagrama de flujo proceso servicio.....	56
Ilustración 8.Diagrama de flujo proceso operativo	60
Ilustración 9. Diagrama de flujo proceso de abastecimiento	61
Ilustración 10.Estructura organizacional.....	69

Lista de Cuadros

	Pág.
Cuadro 1. Fortalezas y debilidades de los competidores	47
Cuadro 2. Análisis matriz DOFA	67
Cuadro 3. Matriz de Estrategias	68
Cuadro 4. Descripción cargos administrador	70
Cuadro 5. Descripción cargo chef	71
Cuadro 6. Descripción cargo ayudante de cocina	72
Cuadro 7. Descripción cargo meseros	73
Cuadro 8. Descripción cargo personal de aseo	74
Cuadro 9. Descripción cargo cajero	75
Cuadro 10. Tipos de sociedades	76

**Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comidas originarias del
Pacífico “Deseos del Pacífico”.**

Resumen

El estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida del Pacífico en Popayán, busca potencializar el sector gastronómico local, ofreciendo una propuesta atractiva, que tienda como fin diferenciarse de los demás restaurantes de la ciudad, gracias a los aspectos como la calidad del servicio, calidad en el menú, precio; el restaurante ofrecerá platos con recetas ancestrales, de sabor inigualable en medio de un ambiente acogedor y alegre.

A través de la investigación de mercados realizada, se determinó que existe una aceptación entre los habitantes de Popayán frente a la intención de asistir a un restaurante de comida del Pacífico, ubicado en una zona estratégica del centro histórico de la ciudad.

Abstract

The feasibility study for the creation of a Pacific food restaurant in Popayán, seeks to empower the local gastronomic sector, based on a proposal as the difference of other restaurants in the city, thanks to aspects such as quality of service, quality in the menu, price; The restaurant offers dishes with ancestral recipes, with unparalleled flavor in a cozy and cheerful atmosphere.

Through the investigation of the markets, it was determined that there is an acceptance among the inhabitants of Popayán of an intention to attend a Pacific food restaurant, located in a strategic area of the historic center of the city.

Introducción

El presente estudio busca determinar la factibilidad para la creación de un restaurante denominado “Deseos del Pacífico”, que es planteado como una opción de negocio, con el fin de prestar un servicio a la comunidad payanesa, mediante la preparación y venta de exquisitos platos que tienen su origen en recetas provenientes de pobladores de algunos municipios del pacifico como lo son Timbiquí, Guapi, López de Micay, algunas de estas personas son familiares y conocidos de las autoras, a quienes con gusto han transmitido su conocimiento, en la preparación de arroz de yuyo¹, encocado de jaiba², ceviche de camarón, atollado de piangua³ entre otros; además contaremos con bebidas autóctonas del Pacífico como son: viche⁴, tomaseca, arrechon, viche curado, jugo de borojó, jugo de naidi.⁵

Este proyecto que está diseñado para optar al título de contador público, busca brindar a los habitantes de la ciudad de Popayán una opción variada de sabores que aporta de manera sana a la alimentación de quienes se den la oportunidad de consumir en el restaurante “Deseos del Pacífico, los productos que ofrece en la medida en que sea factible su establecimiento, de acuerdo a los estudios que en este documento se describen.

El estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida originaria del Pacífico, busca aprovechar oportunidades en el mercado gastronómico de la ciudad de Popayán. También plantea potencializar las habilidades de una de sus autoras, quien es originaria de Timbiqui-Cauca y trae enraizadas las costumbres culinarias de su madre, es decir a partir de esas prácticas, ella aprendió la sazón del Pacífico, como lo es la preparación de empanadas de camarón, encocado de jaiba, seviche de camarón, entre otros. Este proyecto es una propuesta atractiva que busca diferenciarse de los demás restaurantes de la ciudad de Popayán gracias a aspectos como la

¹ Hierba silvestre que sirve como condimento para las comidas, nombre científico urti.ca dioca.

² Ccrustáceo decápodo que presenta cinco pares de patas.

³ Nombre científico andara tuberculosa, es un pequeño bivalvo (de dos valvas -cada una de las piezas duras y movibles que constituyen la concha)

⁴ Bebida autóctona de la Costa Pacifica elaborada artesanalmente a base de la sustracción de la caña de azúcar para posteriormente destilarla.

⁵ Conocido científicamente como asai es una palmera nativa del norte de Sudamérica

calidad del servicio y la preparación a base de “hierbas de azoteas”⁶, dando originalidad a los platos.

El contenido se inicia con el estudio de mercado, que establece la demanda y competencia existente para el servicio propuesto. Teniendo ya esta información y estableciendo si es viable, es necesario determinar la localización, es por eso que el paso a seguir es el estudio de aspectos técnicos necesarios para la puesta en marcha del restaurante. Posteriormente, se identifican los aspectos administrativos y organizativos como requerimientos legales y de personal, determinación del tipo de empresa a constituir, necesarios en la etapa de pre inversión de la empresa. Por último, se encuentra el estudio financiero en el cual, se establecen todos los costos, gastos, e ingresos estimados, así como la inversión requerida y el financiamiento de la misma. (La Salle, s.f.)

⁶ Condimento, llamado así porque se plantan en pequeñas huertas en las azoteas o terrazas de las casas del pacifico colombiano

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Formulación del problema

Sandra Gonzales y Diana Dueñas (2014) Mencionan: “La gastronomía del Pacífico surge como mezcla de experiencias culinarias indígenas, españolas y africanas fusionadas en profundo contraste para crear infinidad de platos que no solamente deleitan nuestro paladar, sino que cuentan su propia historia; somos un lugar donde lo particular y la unidad convergen en infinidad de aspectos y preferencias. Un recorrido por estas tierras nos depara infinidad de recetas y saberes ancestrales que aún hoy se transmiten de generación en generación”

Es por ello que las autoras han emprendido la tarea de rescatar y dar a conocer los platos más representativos de la región pacífica, como aspecto central de su cultura y su historia, en el estudio de mercado y las estrategias de producto que se describen en el análisis de factibilidad comercial.

Por medio de este proyecto se trabajara en la recuperación de espacios de integración en primer lugar de las personas raizales de la costa pacífica que se han asentado en la ciudad de Popayán y en segundo lugar entre los amantes de la comida del pacífico, consumidores de los platos ofertados, mezclando la gastronomía, saberes gastronómicos legados por la mujer negra en sus recetas, secretos culinarios y costumbres de estos pueblos como la vestimenta que usaran las meseras y personal de atención al público, el lenguaje fielmente presentado en las cartas, los conversatorios que ocasionalmente se realizaran en el espacio del restaurante, las festividades religiosas, reflejadas en la decoración del local.

Una de estas costumbres radica en la alimentación, caracterizada por su forma y contenido en preparación como por ejemplo “conocido Arroz Atollado⁷ que tiene alrededor de 8 variedades y que se prepara principalmente en el litoral Caucaño y en los departamentos del Chocó y del Valle. Esta delicia culinaria, mixtura lo mejor de las carnes, el pescado, las especias y el arroz, comúnmente se acompaña de plátano maduro o tostadas de plátano y ensalada de aguacate” (Gonzales, S. & Dueñas, D., 2014).

⁷ Plato elaborado con una técnica y unos ingredientes similares a los de la paella.

Esto trae beneficios nutritivos, donde se aprovechará una oportunidad de negocio, a través de la venta de platos de comida tradicional por todos sus valores nutricionales, por consiguiente, con este proyecto queremos rescatar costumbres culinarias brindando a la población payanesa y del pacífico un espacio de reencuentro, de sabores y saberes. El saber es dinámico lo que no lo hace abierto o global, sino que se mantiene como uno de los pilares fundamentales de los pueblos, que comparten en sintonía con otros. Todas las personas que hacen parte de una comunidad étnico-territorial- ancestral se convierten en Sabedores desde sus quehaceres, pero solo aquellos que se dedican con ahínco a su práctica son reconocidos por los demás: los mayores, las cocineras, las maestras, las parteras, los pescadores, agricultores, constantemente retroalimentan ese saber que transmiten siendo importante para comunidades afrodiaspóricas⁸ dejar legado en las generaciones presentes y futuras con el fin de que se valore y defienda el territorio. (Meneses, 2017)

Mediante este trabajo de opción de grado, se brinda a las autoras la oportunidad de difundir y rescatar las costumbres culinarias de la región pacífica. Se identifican las condiciones favorables que ofrece el entorno: se ha evidenciado pocos lugares gastronómicos como restaurantes y loncherías que se especialicen en comidas del Pacífico, los lugares de la competencia visitados muestran amplia variedad de platos, con procedimientos de preparación que no se relacionan ni corresponden a las tradiciones ancestrales de la cocina enseñadas por las mayores de la región. Para la implementación del mismo; tenemos condiciones favorables como lo es, conocimientos ancestrales de una de las emprendedoras y estudiante Claudia Hernández en los aspectos culturales y gastronómicos, además de conocimientos en las áreas de costos y contable para la implementación de un restaurante.

Pregunta generadora del problema

¿Es factible la creación de un restaurante de comidas originarias del pacífico, en la ciudad de Popayán?

⁸ Cuando hablamos de diáspora nos referimos a la dispersión de un grupo humano de su lugar originario.

1.2. Justificación

La propuesta de la creación del restaurante de comida del Pacífico es un proyecto que busca rescatar costumbres ancestrales de las comunidades afro descendientes de esta región y además de ello se ejecuta como una oportunidad de negocio por parte de las emprendedoras. Por otra parte, busca beneficiar a las personas originarias de esta región que se han trasladado a la ciudad de Popayán y las cuales no pueden disfrutar de su exquisita gastronomía.

En cuanto a la factibilidad del negocio se analiza el entorno que hay como oportunidad de crear y explotar en términos positivos este nicho de mercado⁹, dado que el objetivo principal de esta propuesta consiste en atraer y mantener como clientes frecuentes a los cientos de personas que, constantemente buscan tradiciones, nuevos sabores y sensaciones. Por otra parte, contamos con proveedores desde Timbiquí, y conocimientos ancestrales, con ello creemos que se puede estudiar la posibilidad de la implementación al finalizar el estudio.

Otro aspecto a tener en cuenta es que, al dar a conocer y vender platos de esta cultura, se lograra un factor diferenciador frente a los competidores, como se mencionó anteriormente, este proyecto contempla la existencia de restaurantes con características similares por lo cual es clave destacar los factores diferenciadores frente a la competencia, ya que en el establecimiento del restaurante se pondrá a prueba la propuesta de calidad y sabor en cada uno de los platos, los proceso de preparación de acuerdo a las costumbres legadas, el servicio de las meseras adornado con la vestimenta típica de la región y el ambiente decorado resaltando las festividades y los sitios emblemáticos del pacífico, así como los conversatorios y presentaciones musicales que anteriormente se mencionaron. Todos estos aspectos tendrán como objetivo final buscar la satisfacción del cliente.

Por otro lado, el restaurante generará una fuente de empleo, este es un punto muy importante ya que el negocio traerá beneficios para la sociedad, mediante la creación de nuevos empleos bien remunerados y de calidad, lo cual en el largo plazo aportará para impulsar la calidad de vida de las familias de sus colaboradores.

⁹ Término de mercadotecnia utilizado para referirse a una porción de un segmento de mercado en la que los individuos poseen características y necesidades homogéneas.

Mediante la creación de estos nuevos platos: encocado de jaiba, ceviche de camarón, atollado de almejas, pescado frito y arroz con mariscos se amplía el menú de comidas en la ciudad, brindando opciones distintas a las personas residentes y visitantes, también creando competencia sana que dará como resultado final el beneficio de los clientes quienes disfrutaran cada vez formas distintas de comidas con buena calidad.

1.3. Diseño de Objetivos

1.3.1. Objetivo general

 Establecer la factibilidad para la creación de un restaurante de comidas originarias del pacífico.

1.3.2. Objetivos específicos

 Identificar la viabilidad comercial para crear un restaurante de comida del Pacífico en la ciudad de Popayán.

 Identificar la viabilidad financiera del restaurante “Deseos del Pacifico”.

 Identificar los requerimientos técnicos y legales necesarios para la puesta en marcha el restaurante en la ciudad de Popayán.

CAPITULO II: MARCO REFERENCIAL

2.1 Marco Geográfico

El área geográfica donde se realizó este estudio de factibilidad es en el departamento del Cauca en la ciudad de Popayán.

Información general de la ciudad de Popayán

Fue fundada el 13 de enero de 1537 por Sebastián de Belalcázar; esta ciudad se encuentra ubicada geográficamente en el valle de Pubenza. Entre la Cordillera Occidental y Central al occidente del país. Su extensión territorial es de 512 km², su altitud media es de 1760 m sobre el nivel del mar, su precipitación media anual de 1.941 mm, su temperatura promedio de 14/19 °C y distancia aproximada de 600 km a Bogotá, capital de Colombia. (Alcaldía de Popayán, s.f.)

Popayán tiene uno de los Centros Históricos Coloniales más grandes del país y América, con un total aproximado de 236 manzanas de sector histórico. En el 2007, la UNESCO designó a la ciudad de Popayán como Ciudad UNESCO de la Gastronomía por su variedad y significado para el patrimonio intangible de los colombianos. La cocina caucana fue seleccionada por mantener sus métodos tradicionales de preparación a través de la tradición oral. (Alcaldía de Popayán, s.f.)

Ilustración 1. Zona urbana de Popayán

Mapa Zona Urbana de Popayán distribuido por Comunas



(Alcaldía Municipal de Popayán, s.f.)

2.2 Marco Teórico

Se entiende por factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso (Varela, R., 2010).

Según la revista Dinero, el estudio de factibilidad reúne en un documento único toda la información necesaria para evaluar un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha, presentar este estudio es fundamental para buscar financiación de los socios o inversionistas, y sirve como guía para quienes están al frente de la empresa.

También afirma la revista Dinero, que “en el proceso de realización de este documento se interpreta el entorno de la actividad empresarial y se evalúan los resultados que se obtendrán al accionar sobre esta de una manera determinada. Se definen las variables involucradas en el proyecto y se decide la asignación optima de recursos para ponerlo en marcha” (Dinero,.2003).

Cuando vamos a realizar un proyecto, es pertinente conocerlo desde la etapa de pre-inversión hasta llegar al momento de la fase de ejecución, ya que es indispensable para generar la respuesta correcta a la necesidad identificada o a la oportunidad que se manifiesta. Para esto se hace necesario dominar el proyecto, conocer todas las partes que lo conforman y conocer también su fuente de inspiración. De esta manera podremos saber, cuáles son nuestras debilidades y fortalezas, y cómo poder anticipar y prepararnos ante los posibles factores externos que influyen directamente en el proyecto, características básicas que también pueden ser adquiridas mediante un análisis riguroso.

En este orden de ideas podemos ver como la estrategia clave de este proceso es el conocimiento del estudio de factibilidad, el cual busca precisar situaciones y buscar alternativas para su mejora o desarrollo considerando su ambiente interno y externo. Pymes (2014)

Factibilidad se refiere a “la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas propuestas, la factibilidad se apoya en 3 aspectos básicos: operativo, técnico y económico”. (Inc, 2014)

- Operativo: se relaciona con todos los recursos necesarios para desarrollar un proyecto. Por ejemplo, el recurso humano.
- Técnico: hace énfasis en si el equipo cuenta con las herramientas, los conocimientos, las habilidades y la experiencia para hacer que tu proyecto sea exitoso.
- Económico: se fundamenta en analizar si los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar las actividades pueden ser saldados por el capital que se dispone.

2.3 Marco Conceptual

Toda organización posee unos procesos jurídicos que regulan los derechos y deberes, en las relaciones entre sus diferentes miembros. Este contexto jurídico e institucional parte desde la Constitución la ley, los decretos, las ordenanzas y los acuerdos, hasta los reglamentos y las resoluciones, y se expresa en forma prohibitiva o permisiva. De ahí que los analistas al comenzar los procesos de formulación deben identificar con notable rigor el ámbito institucional y legal sobre el cual operará el proyecto en sus diferentes fases.

Al iniciar el estudio de mercado, es necesario incursionar en los conceptos de demanda y oferta que conducen a determinar los precios, cuyo origen puede estar cifrado en la dinámica propia de las fuerzas del mercado o en la estructura de costos; sin embargo, la participación de las autoridades puede afectar en alguna forma los valores, a través de los mecanismos de control de precio. Por eso es importante según Rodrigo Varela (2001) tener en cuenta temas como permisos, reglamentaciones, leyes, obligaciones, efectos sociales, tipos de sociedad, responsabilidades, entre otros, deben estudiarse detalladamente para visualizar la factibilidad de cumplir estos requerimientos legales y evitar las incidencias negativas sobre la comunidad.

Para el correcto funcionamiento de un restaurante es importante en primera instancia tener claro que tipo de sociedad se va a formar de acuerdo al (Codigo Civil), y (Comercio), las sociedades comerciales o mercantiles se pueden clasificar en: "Colectiva", "En comandita", "Anónima", "Limitada", "Sociedades de Economía Mixta", "Sociedades Extranjeras", y las "Empresas de Economía Solidaria", además de "La Sociedad Mercantil de Hecho"), igualmente se deben desarrollar los respectivos controles de calidad para así prestar el mejor servicio y brindar los mejores productos.

2.4 Antecedentes

La gastronomía de la región Pacífica de Colombia está basada sobre todo en pescados y mariscos, debido a la cercanía de la zona al mar.

Es reconocida por muchos expertos en la alta cocina y por la opinión general de los habitantes de Colombia, como la mejor gastronomía del país y una de las mejores de América Latina.

Aparte de la intensidad de sus sabores, la zona de donde proviene (cercana a playas y lugares para el disfrute) y la cultura del lugar, le imprimen a la experiencia culinaria un sello muy distintivo.

La gastronomía del Pacífico colombiano se ha extendido por toda Colombia, y en general puede hallarse en cualquier lugar del país. (Aular, A.,2017)

La comida de mar está compuesta por productos tradicionales que las personas de la costa pacífica consumen diariamente, aparte de ser exquisita tiene muchas vitaminas y proteínas; son alimentos muy nutritivos. Los restaurantes en Colombia y específicamente en Popayán se han caracterizado por enfocarse en diferentes tipos de comida las cuales son deliciosas, cada establecimiento se enfoca en segmentos diferentes. Este proyecto quiere enfocarse y darle cabida a la población que viene del Pacífico colombiano, residentes en la localidad de Popayán, sin dejar de atender también a personas que gustan de este tipo de gastronomía.

La idea de este negocio surge a raíz de querer dar respuesta a necesidades de la población del Pacífico que se ha residenciado en la localidad de Popayán, ya que la gastronomía payanesa a pesar de ser deliciosa, tiene diferentes platillos que se caracterizan por hacer énfasis en derivados de la papa: como lo son el pipián¹⁰, los tamales¹¹, las empanadas de pipián entre otros; las personas que vienen del Pacífico cuentan con pocos lugares donde pueden consumir productos de su cultura, teniendo en cuenta que en la ciudad de Popayán existen restaurantes de comida de mar, el restaurante “Deseos del Pacífico” propone tener recetas ancestrales con materia prima de agua dulce y salada con modos de preparación que vienen enseñadas por los antepasados.

En la localidad existen diferentes restaurantes como lo son Titanic, Sabores del mar, La isla comida de mar, Mar y tierra, Sazon tumaqueño entre otros, estos restaurantes se caracterizan por sus productos de agua salada, nuestros productos que, si bien son mariscos y pescados, son cultivados en agua dulce; el restaurante “Yhajaira ricuras del mar Guapi” se asemeja a lo que nosotros queremos brindar, pero nos diferenciamos en recetas de preparación que provienen de Timbiquí Cauca.

¹⁰ Guiso espeso compuesto por un puré elaborado a base de una variedad local de papas llamadas coloquialmente "coloradas", y aderezado con maní tostado y molido.

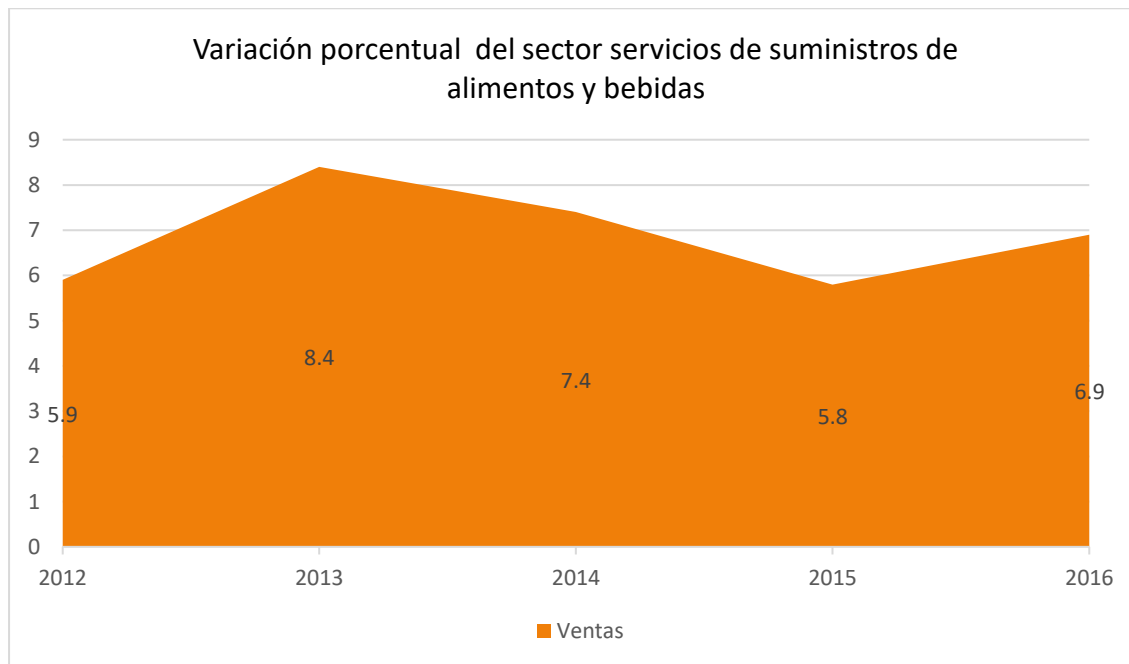
¹¹ Alimento de origen mesoamericano preparado generalmente a base de masa de maíz rellena de carnes, vegetales

En nuestro país existen dificultades para determinar el aporte real que genera el sector de los restaurantes al desarrollo nacional, dado que la mayoría de las cifras y estadísticas se generan en conjunto para la industria turística (actividad principal reconocida mundialmente) o, en el mejor de los casos, para el sector de comercio, restaurantes y hoteles, sin tener en cuenta los indicadores independientes para cada subsector. (Gallego & Montoya, 2011)

La producción de alimentos en Colombia es, dentro de la industria nacional, uno de los rubros más dinámicos, representando entre el 22% y el 24% del PIB industrial del país, desde el año 2000. En 2017, “El sector de alimentos y bebidas alcanzó ventas por 13.200 millones de dólares (Portafolio, 2018)

Del lado del subsector de Servicios de Suministro de Alimentos procesados y preparados, para las entidades que manejan grupos de personas, pequeños o grandes, la información está desagregada en la matriz de insumo-producto. El valor de la oferta de estos servicios en 2016 fue de 49 billones de pesos, el crecimiento real ha sido continuo desde el año 2012 hasta 2016, nunca inferior al 3% anual (Colombia, 2018), muestra que es un muy buen sector de inversión. Vemos que hay innovación en este sector, ya que día a día se está buscando la satisfacción completa de las necesidades del cliente e implementando un mejor control de calidad, mejor atención, una de las innovaciones es poder pagar la cuenta con tu móvil, lo que facilita los medios a muchos clientes.

Gráfica 1. Variación porcentual del sector servicios de suministros alimentos y bebidas



Fuente: Cálculos propios con información del DANE (2016)

El sector gastronómico en la ciudad de Popayán, se ha convertido en uno de los más interesantes y atractivos para invertir, dado su alto grado de crecimiento y desarrollo durante los últimos años. Uno de los principales eventos es el Congreso Gastronómico que se celebra en la ciudad de Popayán el cual se ha realizado desde el año 2002 y se lleva a cabo en el mes de septiembre, dándole más fuerza a la comercialización de la gastronomía, con el propósito inicial de brindar a los colombianos amantes de la cocina, un espacio y un tiempo para reunirse a debatir sobre los alcances de las prácticas gastronómicas (Corporacion gastronomica de Popayan, 2018)

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

Para realizar este estudio y recopilar los datos necesarios, se elaboraron principalmente encuestas, que fueron aplicadas a habitantes de la ciudad de Popayán, de forma que los datos que arrojó esta investigación son de carácter cuantitativo; por otro lado, por medio de la investigación cualitativa se realizaron entrevistas a cocineras expertas del pacífico, cómo la madre de una de las autoras, se observaron procesos de cocción de los alimentos de acuerdo a recetas de las sabedoras gastronómicas, también se analizó y se obtuvieron resultados que facilitaron conocer las características del consumidor, preferencias, necesidades a satisfacer, frecuencia de consumo.

Para realizar este estudio se utilizó las herramientas ofimática Microsoft Office Excel y Google drive como principal fuente para este estudio. Se calcularon los costos de infraestructura, inversión en activos, mano de obra, gastos administrativos, proyección de demanda, flujo de caja del inversionista, flujo de caja libre.

(Ver Anexo B “Diseño de la encuesta”).

4.3 Muestreo

Este proyecto de investigación, se llevó a cabo en la ciudad de Popayán, y se tomó como población el número de personas afro descendientes residente en Popayán.

El tipo de muestreo realizado es el muestreo aleatorio simple.

Llamamos muestreo aleatorio simple al procedimiento de obtención de la muestra que garantiza que todos los elementos muestrales tienen a priori la misma probabilidad de ser seleccionados para pasar a formar parte de la muestra. (Estadísticos, s.f.)

4.4 Cálculo de la muestra (n)

Para el cálculo de la muestra, se procede mediante la técnica de Muestreo Aleatorio, con una probabilidad de éxito (P) y de fracaso (Q) del 50%, un error máximo estimado (E) del 7% y un nivel de confianza (Z) del 95%. Para ejecutar el cálculo se aplicará, la siguiente fórmula.

Ecuación 1: Cálculo de la Muestra

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

El nivel de confianza (Z) se obtiene de la siguiente tabla

Tabla 1. Nivel de confianza

	%	Z
NC	90%	1,64
	95%	1,96
	99%	2,57

Fuente: Cálculos propios con información de Ditutor (2014)

} **Información general de los encuestados.**

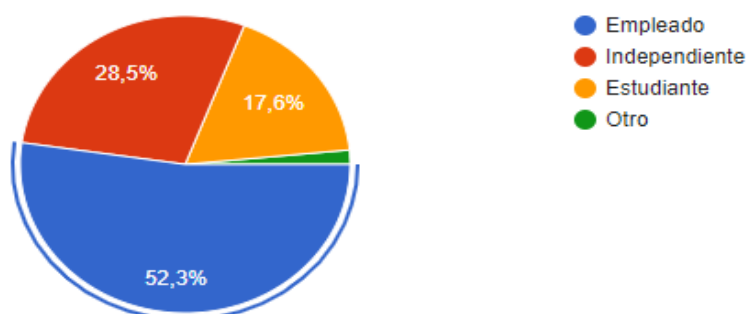
- Ocupación

Empleado	52,3%
Independiente	28,5%
Estudiante	17,6%
Otro	1,6%

Tabla 3. Tipo de ocupación

Fuente: Elaboración propia (2019)

Gráfica 2. Tipo de ocupación



Fuente: Elaboración propia (2019)

Del total de la población encuestada el 52,3% es empleado, seguido del 28,5 % que es independiente, el 17,6% estudiante y 1, 6% responde que tiene otro tipo de ocupación.

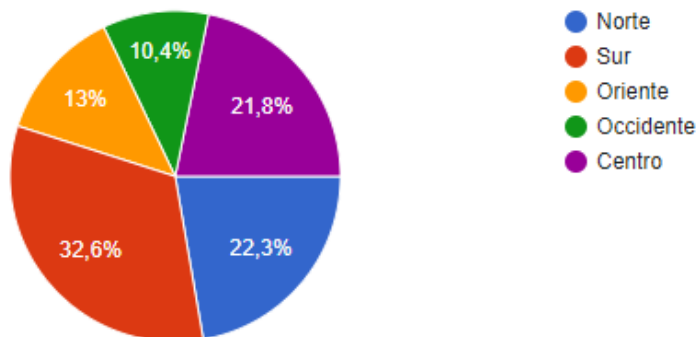
- ¿En qué zona de Popayán vive usted?

Tabla 4. Residencia del encuestado

Norte	22,3%
Sur	32,6%
Oriente	13%
Occidente	10,4%
Centro	21,8

Fuente: Elaboración propia (2019)

Gráfica 3. Residencia del encuestado



Fuente: Elaboración propia (2019)

Del total de la población encuestada el 32,6% afirma vivir en el sur, seguido de un 22,3% que vive en el norte, 21,8% en el centro, 13% oriente y el 10,4% en el occidente.

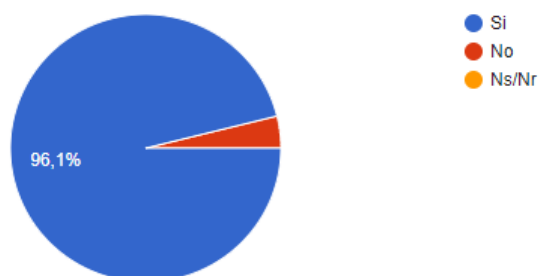
- ¿Le gusta a usted la comida de mar?

Tabla 5. Gusto por la comida marítima o pacífica.

Si	96,1%
No	3,9%
No sabe/No responde	0%

Fuente: Elaboración propia (2019)

Gráfica 4. Gusto por la comida marítima o pacífica.



Fuente: Elaboración propia (2019)

El 96,1% de los encuestados afirman que le gusta la comida de mar, frente a un 3,9% que no es de su preferencia.

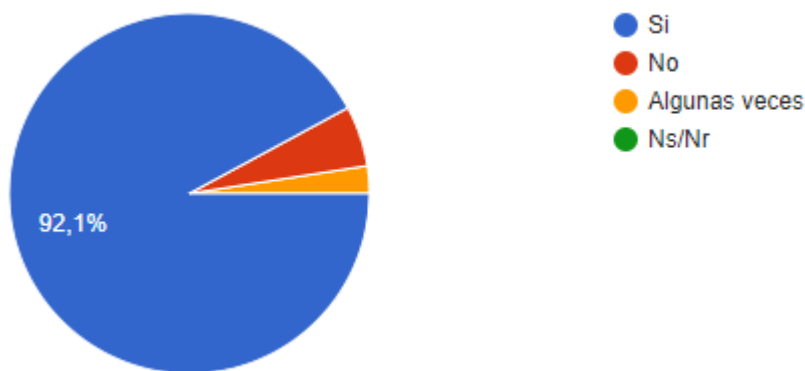
- ¿Acostumbra a salir a restaurantes?

Tabla 6. Tendencia a comer en restaurantes

Si	92,1%
No	5,4%
Algunas veces	2,5%
No sabe/No responde	0%

Fuente: Elaboración propia (2019)

Gráfica 5. Tendencia a comer en restaurantes.



Fuente: Elaboración propia (2019)

El 92,1% responde que, SI acostumbra a salir a restaurantes, un 5,4% responde No, seguido de un 2,5% que respondo que solo algunas veces.

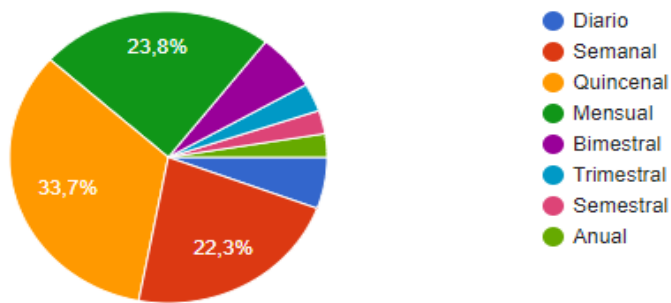
- ¿Con que frecuencia acostumbra ir a un restaurante?

Diario	5,7%
Semanal	22,3%
Quincenal	33,7%
Mensual	23,8%
Bimestral	6,2%
Trimestral	3,1%
Semestral	2,6%
Anual	2,6%

Tabla 7. Frecuencia a comer en restaurantes

Fuente: Elaboración propia (2019)

Gráfica 6. Frecuencia a comer en restaurantes.



Fuente: Elaboración propia (2019)

El 33,7% de los encuestados afirman visitar restaurantes quincenalmente, seguido del 23,8% mensual, 22,3% Semanal, 6,2% bimestral, 5,7% diario, 3,1% trimestral y 2,6% semestral y anual.

- ¿Al visitar un restaurante que factor tiene en cuenta principalmente?

Tabla 8. Factores determinantes de escogencia del restaurante

Tipo de comida que Ofrecen	34,6%
Conveniencia de precios	29,9%
Calidad	42,9%
Horario de atención	2,1%
Otro	0,5%

Fuente: Elaboración propia (2019)

Gráfica 7. Factores determinantes de escogencia del restaurante



Fuente: Elaboración propia (2019)

Los encuestados declaran que el factor principal que tienen en cuenta a la hora de visitar un restaurante es la calidad con un 42,9%; seguido de tipo de comida que ofrecen con 34,6%.

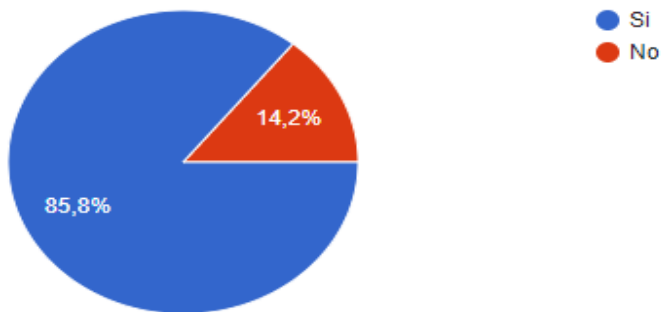
- ¿En la ciudad de Popayán conoce restaurantes de comida de mar?

Tabla 9. Reconocimientos de restaurantes de comida marítima en Popayán

Si	85,8%
No	14,2%

Fuente: Elaboración propia (2019)

Gráfica 8. Reconocimientos de restaurantes de comida marítima en Popayán



Fuente: Elaboración propia (2019)

Los encuestados declaran que el 85,8% Si conoce restaurantes de comida de mar en la ciudad de Popayán.

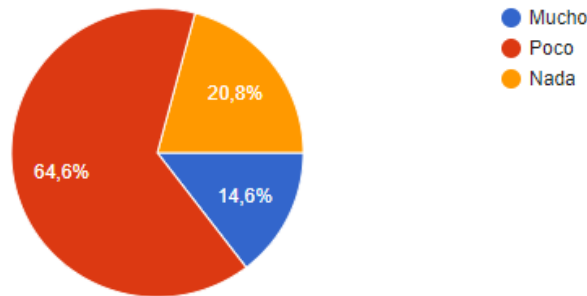
- ¿Qué tan satisfecho está con la comida que ha encontrado en dichos restaurantes?

Tabla 10. Grado de satisfacción con la comida marítima saboreada

Mucho	14,6%
Poco	64,6%
Nada	20,8

Fuente: Elaboración propia (2019)

Gráfica 9. Grado de satisfacción con la comida marítima saboreada



Fuente: Elaboración propia (2019)

El 64,6% de los encuestados expresa que está poco satisfecho con la comida que ha encontrado en los restaurantes existentes donde se ofrece comida de mar, seguido de 20,8% donde manifiestan estar nada satisfechos con esta, y un 14,6% dice estar muy satisfecho.

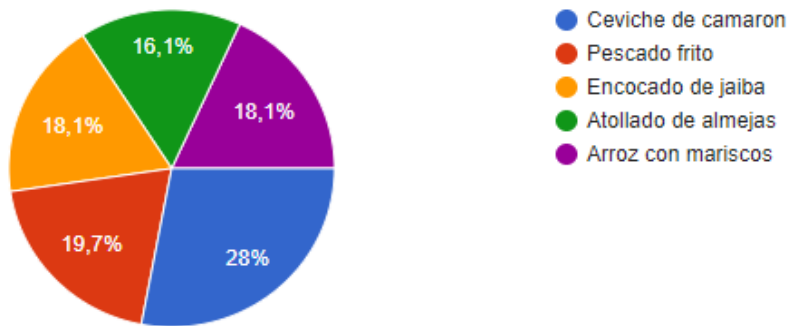
- De los siguientes platos del Pacífico, ¿cuál es de su mayor preferencia?

Tabla 11. Preferencia de platos comida marítima

Ceviche de camarón	28%
Pescado frito	19,7%
Encocado de jaiba	18,1%
Atollado de almejas	16,1%
Arroz con mariscos	18,1%

Fuente: Elaboración propia (2019)

Gráfica 10. Preferencia de platos comida marítima



Fuente: Elaboración propia (2019)

El 28% de los encuestados manifiestan que según su percepción el plato de mayor preferencia es el Ceviche de camarón, seguido del pescado frito con un 19,7%, con un 18,1 Encocado de jaiba y arroz con mariscos y por último el atollado de almejas 16,1%

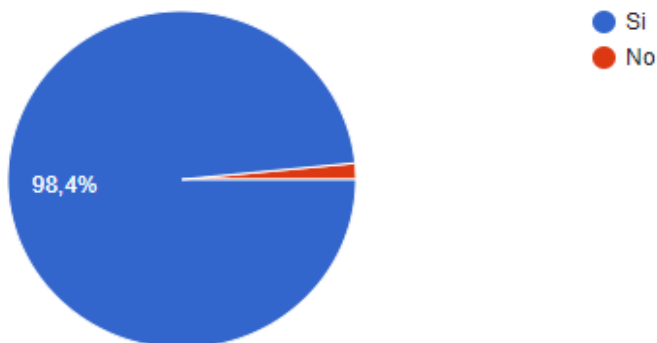
- Si se implementara un lugar donde usted pudiera consumir comida del Pacífico, ¿“compraría” / pagaría por consumir sus productos?

Tabla 12. Opción de consumo por la comida marítima

Si	98,4%
No	1,6%

Fuente: Elaboración propia (2019)

Gráfica 11. Opción de consumo por la comida marítima



Fuente: Elaboración propia (2019)

El 98,4% de los encuestados expresa que, SI compraría comida del Pacífico, generando una gran oportunidad, y estableciendo una viabilidad real de la creación de un restaurante de comidas originarias del Pacífico.

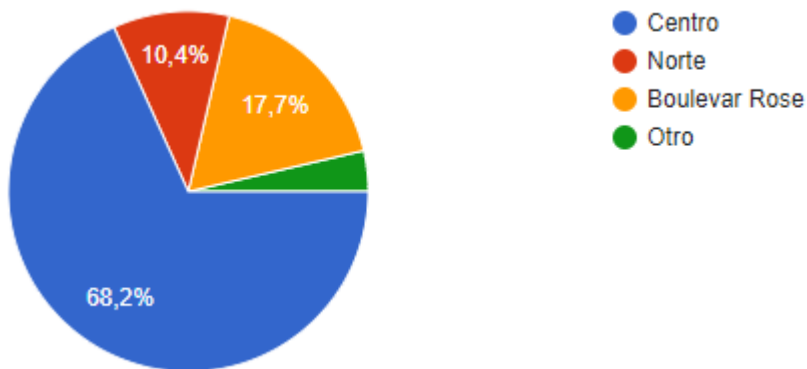
- ¿Qué lugar le gustaría que quedara ubicado el restaurante?

Tabla 13. Ubicación deseada del restaurante.

Centro	68,2%
No contesta	10,4%
Boulevard rose	17,7%
Otro	3,6%

Fuente: Elaboración propia (2019)

Gráfica 12. Ubicación deseada del restaurante



Fuente: Elaboración propia (2019)

Los encuestados coinciden en un 68,2%, que la mejor ubicación para un restaurante de comida de mar es el CENTRO de la ciudad de Popayán. Así mismo, lo sigue el Boulevard Rose con 17,7%.

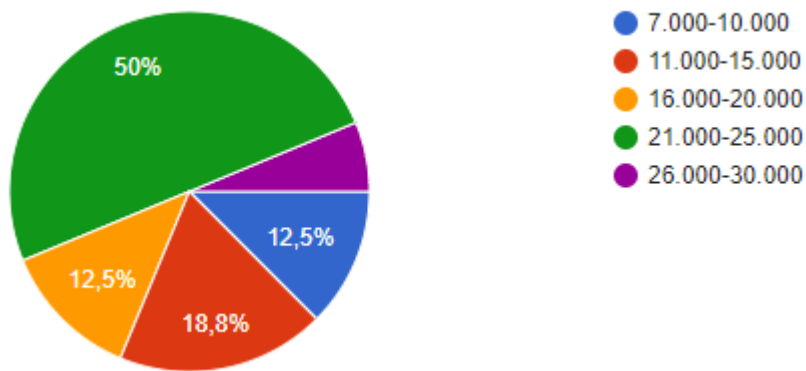
- ¿Precios que estaría dispuesta a pagar por nuestros productos?

Tabla 14. Rangos de precios a pagar

7.000-10.000	12,5%
11.000-15.000	18,8%
16.000-20.000	12,5%
21.000-25.000	50%
26.000-30.000	6,3%

Fuente: Elaboración propia (2019)

Gráfica 13. Rango de precios a pagar



Fuente: Elaboración propia (2019)

Los encuestados contestan en un 50%, que estaría dispuestos a pagar por nuestros productos un rango de precio de 21.000-25.000, un 18,8% 11.000-15.000 y un 12,5% para rangos entre 16.000-20.000, seguido de un 12,5% 7.000-10.000.

4.7 Conclusiones del estudio de mercado

Un factor que afirma la viabilidad comercial de la idea de negocio es que los precios de venta son acordes con los precios promedio que están dispuestos a pagar los comensales, de acuerdo con la encuesta realizada.

Aunque las encuestas demuestran que el 64.6 % de la población encuestada está poco satisfecha con la comida de mar saboreada, el restaurante desea del pacífico con sus estrategias de

preparación y calidad del producto, se propone ser un punto de referencia en mejor sabor de los productos de mar.

En cuanto a la localización del restaurante, los encuestados expresan en su mayoría que la ubicación adecuada es en el sector Centro histórico, incluso por encima de otros lugares como Boulevard Rose, ya que aunque sus lugares de residencia son principalmente el sector norte y sur; el centro es para su gran mayoría sus lugares de trabajo y estudio por ende se les facilita a la hora del almuerzo.

CAPITULO V: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y COMPETENCIA DE MERCADO

Se entiende por competencia al conjunto de compañías que coinciden en un mismo nicho de mercado y ofrecen productos similares, existen diferentes niveles de esta de acuerdo a la interacción comercial de las empresas en el mercado y dependiendo en donde se presenta la competencia si es entre marcas, productos o necesidades. Por lo general, la competencia origina una mayor oferta y deriva en la repartición del mercado. (Mercadotecnia, s.f.)

La competencia es uno de los elementos principales para el estudio de investigación, ya que se deben tener conocimientos sobre quiénes son los competidores, que hacen, cuáles son sus fortalezas y debilidades para así poder sacar una ventaja competitiva que permita ir un paso delante de ellos y así captar más clientes.

La competencia, entonces las conforman todas las empresas que actúan dentro del mismo sector y tratan de satisfacer las necesidades de los mismos

Algunos de los restaurantes más reconocidos en Popayán son los siguientes:

- Titanic
- Sevicheria y parrillada
mar y tierra
- La isla comida de mar
- Yhajaira ricuras del
mar Guapi
- Sabores del mar
- Koko delicias del
pacifico
- Sr camaron
- La cosecha parrillada

Cuadro.1 Fortalezas y debilidades de los competidores

Nombre de establecimiento	Fortalezas	Debilidades
Titanic	<ul style="list-style-type: none"> • Buena atencion al cliente • Ubicacion estrategica 	<ul style="list-style-type: none"> • Altos precios • Faltas de zonas de parqueo
Sevicheria y parrillada mar y tierra	<ul style="list-style-type: none"> • Platos bien presentados 	<ul style="list-style-type: none"> • Poca infraestructura
La isla comida de mar	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad en el menú 	<ul style="list-style-type: none"> • Demora en el servicio
Yhajaira ricuras del mar Guapi	<ul style="list-style-type: none"> • Presentacion de los platos 	<ul style="list-style-type: none"> • Altos precios de sus productos
Sabores del mar	<ul style="list-style-type: none"> • Buena presntacion de los platos y del local 	<ul style="list-style-type: none"> • Poco personal en atencion del servicio del cliente
Koko delicias del pacifico	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad en el menu • Agilidad en el servicio 	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicacion poco transitable • Son nuevos en el mercado y aun no tienen un buen posecionamiento
Sr camaron	<ul style="list-style-type: none"> • Buena atencion al cliente 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de zonas de parqueos
La cosecha parrillada	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad en el menu • Distintas instalaciones en zonas estrategicas • Buen posicionamiento en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Demora en el servicio

Fuente: Elaboración propia (2019)

Los restaurantes ya mencionados de la ciudad de Popayán tienen fortalezas debido a que son conocidos y están posicionados frente a los consumidores, sus ubicaciones son en zonas estratégicas de la ciudad, sus instalaciones son modernas; pero tienen como debilidades principalmente sus precios poco accesibles, muchos de estos no tienen variedad en el menú, respecto a mariscos, también se pudo observar que aunque algunos de ellos tienen presencia en

redes sociales, en sus campañas no se observa una estrategia bien dirigida en Marketing Online.

5.1 Estrategias de mercado

5.1.1 Estrategias de recordacion de marca.

Deseos del Pacifico sera un restaurante que brindara comida de mar con recetas ancestrales, con un valor agregado que es el conocimiento de saberes por medio de show en vivo: danzas, cantos, conversatorios de inclusión afro, costumbres y tradiciones del pueblo afro entre otros. Un factor diferenciador adicional será el vestuario con el cual atenderán los meseros, el diseño de las cartas con objetos representativos de la costa pacífica, decoración de acuerdo a festividades y sitios emblemáticos de la region pacífica.

5.1.2 Especificaciones de los productos

El restaurante ofrecera un menú variado y saludable en un ambiente acogedor y alegre, dentro de los productos que se ofrecen se encuentran los distintos platos fuertes, postres, entradas y bebidas de la gastronomía de la costa pacífica, en especial de Timbiquí, Guapi y López de Micay, entre estos platos contamos con 5 principales que serán descritos a continuación.

- **Encocado de jaiba**

El Encocado (Encocao) es un guiso de jaiba (cangrejo). Su nombre se debe a la presencia de leche de coco en su preparación, es otra receta propia del Pacífico colombiano, para condimentar serán utilizadas hierbas de azotea como: chillangua, cebolleta, poleo, todas cultivadas en huertas caseras.

Ilustración 2. Encocado de jaiba



Fuente: (Buenaventura, 2017)

- **Ceviche de camarón**

Es un plato donde el ingrediente principal es el camarón, cebolla, salsa de tomate y mayonesa, cilantro y ají de preferencia se acompaña de galletas de soda o patacones de plátano verde.

Ilustración 3. Ceviche de camarón



Fuente:(Noel, 2018)

- **Arroz con mariscos**

También se conoce como arroz marinero o a la marinera. Su consumo y preparación se encuentra a lo largo de las costas Caribe y Pacífica. Se acompaña con patacones, y ensalada. En la preparación se utilizan mariscos como camarón, calamar, pulpo, jaiba, mejillones, langostinos, langosta, piangua (en el Pacífico), en su condimentación se utilizaran las hierbas de azoteas y para darle color achiote.¹²

Ilustración 4. Arroz con mariscos



Fuente: (Deliciosi, 2015)

- **Pescado frito**

Se elabora rebozando el pescado en harina de almorta o trigo, friéndolo en aceite y espolvoreándolo con sal y limón como único condimento, para este proceso se deja con anticipación el pescado en zumo de limón un día anterior y al momento de fritar se le agrega ajo.

¹² Es un pigmento natural, de coloración rojo-amarilla, ampliamente utilizado en la industria alimentaria y cosmética. Se extrae de las semillas del arbusto también llamado achiote.

Ilustración 5. Pescado frito



Fuente: (costa, 2017)

- **Atollado de almejas**

El Arroz Atollado de Almejas es típico de la Costa Pacífica, se condimenta con hierbas de azotea estas serán cosechadas minutos antes de su preparación, para darle color utilizaremos achiote ya anteriormente mencionado. Este plato es considerado por sus creadores como una comida afrodisíaca.

Ilustración 6. Atollado de almejas



Fuente: (Bernabeu, 2018)

5.1.3 Estrategias de precio

La estrategia de precios a utilizar, es un precio de penetración, es decir, fijar los precios de los productos por debajo de la competencia; una vez generado el hábito entre los consumidores, elevar el costo. La decisión de establecer un precio bajo en el mercado se debe a que cuando se trata de un nuevo producto o nuevos establecimientos se realiza esta medida para obtener una penetración rápida y poder llegar al máximo número de clientes.

Tabla 15. Valores de los platos

En la presente tabla se da a conocer el precio de los principales platos del “restaurante deseos del pacifico”

Comparativo de precios	Ceviche de camaron	Encocado de Jaiba	Pescado frito(Pelada)	Atollado de almejas	Arroz con mariscos
Deseos del Pacifico	15.000	25.000	13.000	25.000	25.000
Titanic	20.000	0	40.000	0	30.000
Mar y tierra	23.000	0	25.000	0	32.000
La isla	15.000	25.000	15.000	0	30.000
Ricuras del mar guapi	25.000	40.000	17.000	0	35.000
Sabores del mar	15.000	0	20.000	0	32.000
Koko delicias del pacifico	17.000	0	15.000	0	25.000
Sr camaron	15.000	30.000	18.000	0	20.000
La cosecha Parrillada	32.900	0	27.500	0	42.000

Fuente: elaboración propia

5.1.4 Estrategias de promoción

Una estrategia a utilizar es la estrategia de descuento, donde se emplearán un número limitado de cupones hasta el 10% de descuento en los platos, en fechas como día de madres, cumpleaños y aniversario de bodas con el objetivo de aumentar las ventas, y tener un mayor posicionamiento en el mercado.

Las herramientas promocionales a tener en cuenta son:

-)} Promoción de ventas: Se darán incentivos de tipo POP (material en punto de venta) como calendarios, llaveros, lapiceros con el nombre del restaurante, los cuales estarán a cargo de la agencia de publicidad contratada, a la cual se le pagara una mensualidad que se presenta en el presupuesto de la mezcla de mercadeo.
-)} Registro o base de datos: de los usuarios clientes del servicio del establecimiento, a nivel de personas en particular, familias o empresas, con el objeto de mantener con ellos contacto vía correo electrónico e informar oportunamente de las novedades del establecimiento, planes de mercadeo y promociones que se realicen.

5.1.5 Estrategias de servicio al cliente. En Deseos del Pacífico lo más importante en el servicio será que sea rápido y atento, con el cual el cliente pueda sentirse relajado y disfrutar de su comida, y de la conversación con sus compañeros de mesa. Es por esto que se enfocará en un producto de calidad y a buen precio igualmente Deseos del Pacífico se asegurará de que sus clientes sean tratados sólo con el correcto nivel de familiaridad, saludar cordialmente es lo que se busca, el personal nunca se involucrará en la conversación de los clientes, ya que esto puede llegar a ser molesto, y puede molestar a los clientes, también el servicio al cliente será complementados con una vestimenta típica de las meseras, decoración de acuerdo a festividades y sitios emblemático de la región pacífica y ocasionalmente conversatorios y show en vivo con invitados especiales de los municipios del pacifico .

5.1.5.1 Calidad interna del servicio: seleccionar y capacitar a los empleados que hagan parte del restaurante, que el clima organizacional sea bueno, ya que este es el que refleja las actitudes, comportamientos y satisfacción de los empleados tanto en la organización

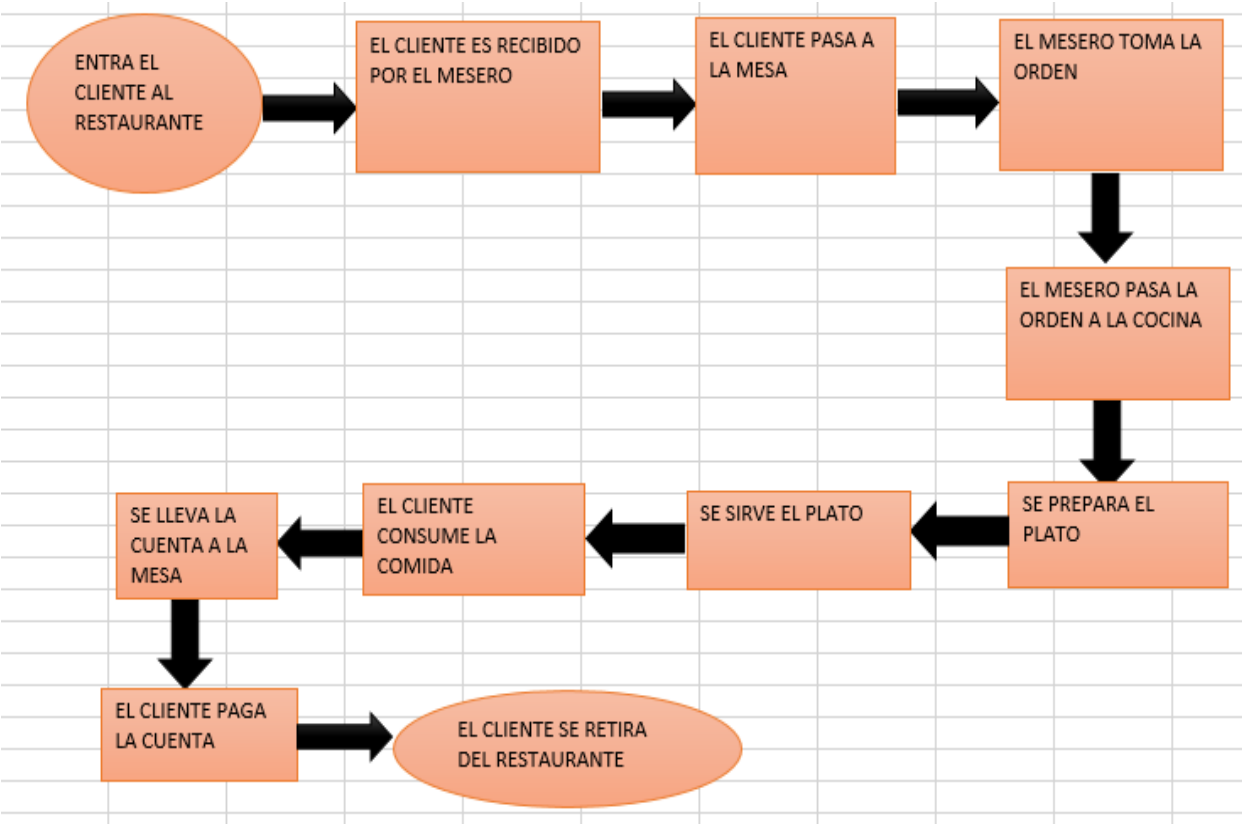
- No se acepta agregar letras a los números de los folios
- Las hojas en blanco y los separadores no deben foliarse
- Legajar los documentos con ganchos plásticos en carpetas máximo de hasta 200 folios en el siguiente orden:
 - 1- Consignación (Los recibos de consignación deben pegarse totalmente en una hoja con pegante o legajarse como una hoja. (No grapar))
 - 2- Formatos de información básica, solicitud o si es el caso carta de solicitud.
 - 3- Información legal.
 - 4- Información técnica. (Invima, s.f.)

5.1.5.3 Diagrama de flujo proceso servicio

El proceso de servicio inicia desde el momento que el cliente ingresa al restaurante en ese momento es recibido por el mesero y se ubica en la mesa, ya una vez ubicada y elegido el menú el mesero toma la orden, esta orden se pasa a la cocina y se procede a preparar los alimentos, cuando la orden esta lista se sirve y se lleva a la mesa para su consumo y finalmente se lleva la cuenta a la mesa.

A continuación, se presenta el diagrama de flujo para representar el proceso del servicio.

Ilustración 7. Diagrama de flujo proceso servicio.



Fuente: Diseño propio (2019)

5.1.6 Publicidad

Se le pagará a una empresa especializada en publicidad (agencia de publicidad) con el fin de dar a conocer el restaurante a través de cuñas radiales, flyers, material en punto de venta, página web, esta agencia será la encargada de manejar redes sociales, página web y estrategias de publicidad que adoptará la empresa. El presupuesto de esta estrategia de mercadeo se estima el pago mensual de acuerdo a la cotización realizada como nos muestra la tabla 16. Presupuesto mezcla de mercado.

5.1.7 Localización del proyecto

La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia.

5.1.7.1 Macro localización

La macro localización a nivel macro, se realizará en el departamento del Cauca municipio de Popayán en el cual por su extensión ofrece 5 sectores “sector sur, sector centro, sector norte, sector oriente y sector occidente”, para la ubicación del restaurante.

5.1.7.2 Micro localización

Para la determinación de la micro localización del restaurante se tomó en cuenta el estudio de mercado donde el 68,2% de los encuestados coinciden que la mejor ubicación para un restaurante de comida de mar es el centro histórico; aun cuando en su gran mayoría residen en sectores norte y sur, pero se les facilita a la hora de almuerzo por ser sus lugares de trabajo y estudio, además de su gran afluencia de turistas y nativos.

5.1.8 Aprovevisionamiento

Para garantizar el proveccionamiento oportuno y suficiente de insumos y materia prima para la prestación sin contratiempos del servicio ofertado, se procederá a formalizar contratos de suministro abiertos con proveedores de pescados y mariscos, frutas, verduras e insumos, los cuales se liquidaran mensualmente para el pago y la continuación del suministro respectivo, ello nos permitirá una relativa estabilidad en los precios y beneficios derivados para los márgenes de rentabilidad operacional, de esta manera se garantizará la continuidad de la operación del negocio y se minimizan los riesgos de fluctuaciones en los precios y desabastecimientos repentinos.

Cabe anotar que algunos alimentos, frutas y verduras deben ser abastecidos diariamente por su descomposición rápida y por los rigurosos cuidados que se deben tener en cuenta para tal fin se acudirá a las plazas de mercado locales.

Para asegurar el proveccionamiento algunos de los proveedores serán personas o empresas recomendadas y reconocidas por las emprendedoras.

Algunas de estas empresas son: Pesquera Corozal, ubicada en el corregimiento de corozal en el municipio de Timbiqui-Cauca, Coagrotimbiqui ubicada en la Cabecera municipal de

Timbiqui, de acuerdo a las consultas realizadas a los proveedores, se entregarán por ellos directamente en las instalaciones del restaurante, específicamente los pescados y mariscos, previa verificación de la cadena de frío y estado de los mismos.

5.2 Presupuesto mezcla de mercado

A continuación, se presenta la tabla de presupuesto de mezcla de mercado, donde se muestra el costo de la publicidad realizada para el restaurante que implica un pago de agencia de publicidad la cual realizara actividades tales como: redes sociales, volantes y material en punto de venta.

Tabla 16. Presupuesto mezcla de mercado (En miles de pesos)

Actividades	Valor mensual	Cantidad	Valor anual
Pago agencia de publicidad	450.000.00	12	5.400.000.00
Total	450.000.00	12	5.400.000.00

Fuente: elaboración propia (2019)

5.3 Proyección de ventas

A continuación, se muestra la tabla de proyección de ventas, por medio de esta se observa las unidades que se espera que sean vendidas en el restaurante para su correcto funcionamiento. Para su proyeccion se utilizo la formula de Punto de equilibrio en unidades

Ecuación 2: Calculo del punto de equilibrio

$$PE = \frac{Cf}{Pvu - Cvu}$$

Tabla 17. Proyección de ventas en unidades

	Ceviche de Camaron	Encocado de jaiba	Pescado frito	Atollado de almejas	Arroz con mariscos
CFT	14.025.557,00	14.025.557,00	14.025.557,00	14.025.557,00	14.025.557,00
PVU	15.000,00	25.000,00	13.000,00	25.000,00	25.000,00
CVU	3.095,40	2.481,00	1.619,60	2.271,00	2.773,00
PE	2.160,36	1.919,98	540,71	1.709,98	2.211,98

Fuente: elaboración propia (2019)

Tabla 18. Costos

A continuación, en la tabla se muestra el costo de la preparación de cada plato de acuerdo al número de unidades que se proyecta vender, que está clasificado en mensual, trimestral, semestral y anual.

Productos	Costos Anual	Costos Semestral	Costo trimestral	Costo mensual
Ceviche de camarón	6.687.187	5.033.031	2.516.516	838.839
Encocado de jaiba	4.763.465	1.955.786	977.893	325.964
Pescado frito	875.736	2.084.401	1.042.201	347.400
Arroz con mariscos	6.133.814	2.185.972	1.092.986	364.329
Atollado de almejas	3.883.359	1.061.617	530.808	176.936
Totales	22.343.561,	12.320.808	6.160.404	2.053.468

Fuente: elaboración propia (2019)

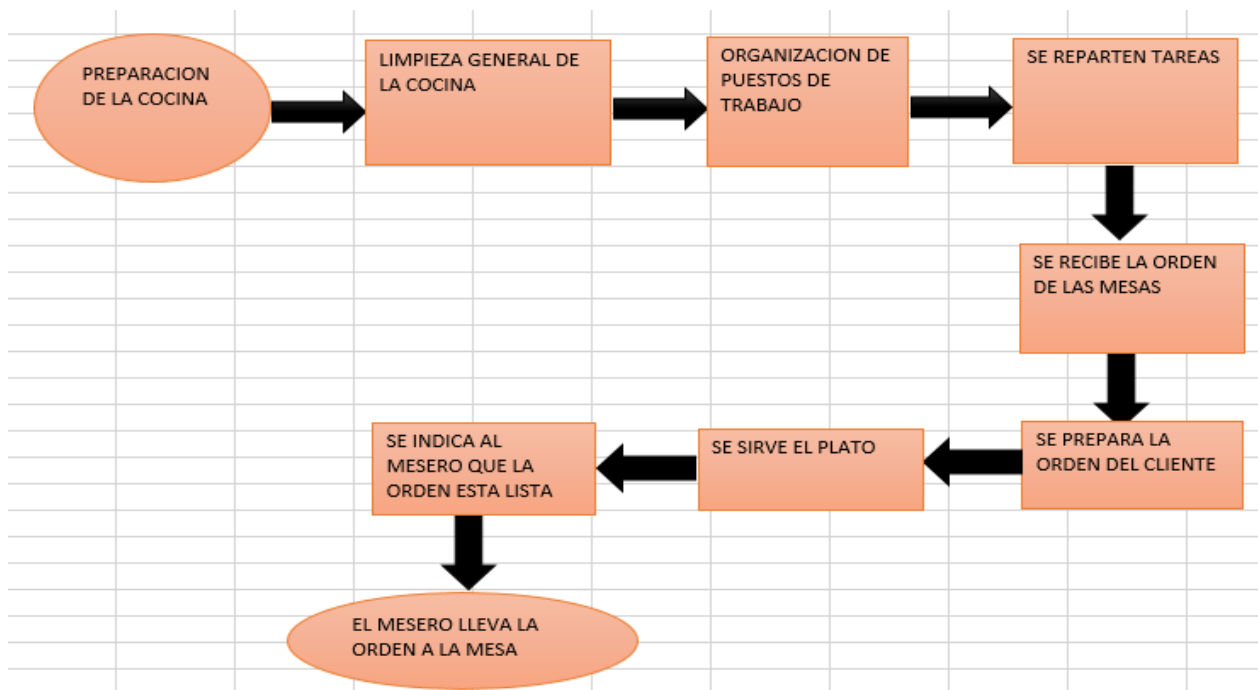
CAPITULO VI: REQUERIMIENTOS TECNICOS PARA LA PRESTACION DEL SERVICIO.

6.1 Diagrama de flujo proceso operativo

El proceso en la cocina comienza con la preparación de la misma. La limpieza es muy importante, por lo que este es uno de los primeros pasos. Posteriormente se hace una organización de puestos de trabajo para así repartir tareas.

Una vez que el mesero toma la orden del cliente y es recibida en la cocina, se preparan los alimentos, una vez listos se avisa a meseros para que sean recogidos y entregados al cliente. A continuación, se presenta el diagrama de flujo para representar el proceso operativo en la cocina.

Ilustración 8. Diagrama de flujo proceso operativo



Fuente: Diseño propio (2019)

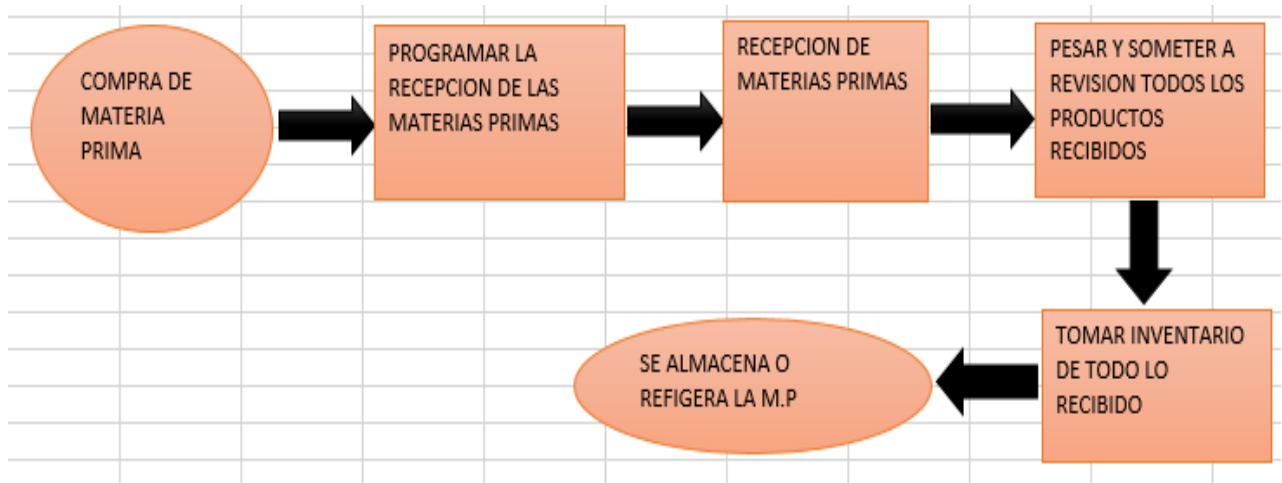
6.2 Diagrama de flujo proceso de abastecimiento

El proceso de abastecimiento comprende desde la compra de la materia prima e insumos hasta el almacenaje de los mismos. Después de realizar la compra se debe programar una recepción de la misma. Una vez realizado esto, se debe pesar y someter todos los productos a revisión.

Los insumos y materias primas se registran en el inventario para llevar un control sobre los existentes, ya realizado esto se procede al almacenaje.

A continuación, se presenta el diagrama de flujo para representar el proceso de abastecimiento.

Ilustración 9. Diagrama de flujo proceso abastecimiento.



Fuente: diseño propio (2019)

6.3 Materias primas

A continuación, encontramos los productos que utilizaremos en la elaboración de cada plato, con su respectiva cantidad.

Tabla 19. Ceviche de camarón

Ceviche de camaron				
	unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Camaron	gr	250	10	2500
Cebolleta	gr	25	2	50
Limon	gr	10	1	10
Cilantro	gr	9	0,2	1,8
Sal	gr	3	1,2	3,6
Salsa de aji	cm2	2	25	50
Salsa rosada	gr	80	6	480
Totales		379	45,4	3095,4

Tabla 20. Encocado de jaiba

	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Jaiba	gr	300	7,2	2160
Cebolleta	gr	12	2	24
Ajo	gr	4	10	40
Hierbas de azoteas	gr	13	3	39
Cúrcuma	gr	3	8	24
Tomate	gr	17	1,6	27,2
Sal	gr	4	1,2	4,8
Leche de coco	ml	150	1	150
Aceite	ml	3	4	12
Totales		506	38	2481

Tabla 21. Pescado frito

	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Pescado	gr	250	6	1500
Limón	gr	10	1	10
Sal	gr	3	1,2	3,6
Aceite	ml	20	4	80
Harina	gr	10	2,6	26
Totales		293	14,8	1619,6

Tabla 22. Arroz con mariscos

	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Arroz	gr	100	2,4	240
Almejas	gr	40	12	480
Camarón tigre	gr	40	20	800
Cebolla	gr	15	2	30
Ajo	gr	4	10	40
Sal	gr	5	1,2	6
Hierbas de azotea	gr	15	3	45
Cúrcuma	gr	4	8	32
Aceite	ml	5	4	20
Calamar	gr	30	36	1080
Totales		258	98,6	2773

Tabla 23. Atollado de almejas

	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Almeja	gr	150	12	1800
Arroz	gr	100	2,4	240
Leche de coco	ml	100	1	100
Sal	gr	5	1,2	6
Hierbas	gr	15	3	45
Ajo	gr	4	10	40
Aceite	cm	1	4	4
Curcuma	gr	2	8	16
Cebolla	gr	10	2	20
Totales		387	43,6	2271

Fuente: elaboración propia (2019)

6.4 Requerimientos de equipo operativo

6.4.1 Maquinaria

Para la puesta en marcha del restaurante “Deseos del Pacífico” se necesita de maquinaria tales como estufas, hornos, neveras, etc., los cuales son fundamentales para la operación del restaurante. Aquí también se tienen en cuenta los instrumentos de cocina con los que contarán el chef y su ayudante como licuadoras, ollas, sartenes, entre otros. En la tabla que se presenta a continuación se pueden ver estos rubros con su respectivo costo y posteriormente el costo total de la inversión requerida en maquinaria y equipo.

Esta tabla especifica qué maquinaria y equipo es requerida para el funcionamiento de la empresa y los costos de cada uno de estos instrumentos. El total de maquinaria y equipo es por (Ocho millones trescientos treinta y ocho mil trescientos veinte.) \$ 8.338. 320.00

Tabla 24. Equipo operativo (En miles de pesos)

Equipo	Cantidad	Precio und	Subtotal
Congelador horizontal	1	999.900,00	999.900,00
Licadoras	2	200.000,00	400.000,00
Picatodo eléctrico	1	68.000,00	68.000,00
Lava vajillas	1	764.910,00	764.910,00
Vajillas	60	25.000,00	1.500.000,00
Cubiertos	60	8.333,00	499.980,00
Estufa sobreponer (gas)	1	989.000,00	989.000,00
Copas	60	3.500,00	210.000,00
Bandejas	5	6.000,00	30.000,00
Pailas	3	93.000,00	279.000,00
olla de diámetro 16 cm	1	50.000,00	50.000,00
olla de diámetro 18 cm	2	70.200,00	140.400,00
olla de diámetro 20 cm	2	96.400,00	192.800,00
olla de diámetro 22 cm	3	98.000,00	294.000,00
olla de diámetro 24 cm	3	96.000,00	288.000,00
Sartenes	5	45.900,00	229.500,00
vaso aro caja 24	3	29.900,00	89.700,00
Dispensador de jugos	1	744.900,00	744.900,00
plancha para asar imusa	2	44.900,00	89.800,00
Gramera	2	39.000,00	78.000,00
tabla de picar	2	63.900,00	127.800,00
cernidoras	4	30.990,00	123.960,00
cucharones	2	29.900,00	59.800,00
Cuchillos	1	49.900,00	49.900,00
Ralladores	3	12.990,00	38.970,00
Totales		4.660.523,00	8.338.320,00

Fuente: Elaboración propia (2019)

6.4.2 Muebles y enseres

Los muebles y enseres son los activos relacionados directamente con el servicio, dado que son aquellos instrumentos y equipos con los que cada cliente tendrá interacción directamente. A continuación, se presenta la tabla con los costos individuales y el total de inversión requerida para muebles y enseres:

Tabla 25. Muebles y enseres (En miles de pesos)

En esta tabla podemos encontrar los equipos necesarios para la parte de la administración de la empresa.

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
– Caja registradora	1	314.900,00	314.900,00
– Escritorio	1	100.000,00	100.000,00
– Silla de escritorio	1	55.000,00	55.000,00
– Cámaras	2	64.000,00	128.000,00
– Impresora	1	250.000,00	250.000,00
– Computador	1	884.900,00	884.900,00
– Mesas	15	44.990,00	674.850,00
– Sillas	60	25.000,00	1.500.000,00
Total		1.738.790,00	3.907.650,00

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 26. Adecuaciones físicas (En miles de pesos)

En esta tabla encontramos el costo para la adecuación del local donde estará ubicado el restaurante, estos rubros comprenden pinturas, estucos y la mano de obra.

– Gastos de adecuaciones	Adecuaciones	700.000
(Pintura, estucos y Mano de obra)		
Totales		700.000

Fuente: Elaboración propia (2019)

CAPITULO VII ORGANIZACIÓN

7.1 Organización y legalización

7.1.1 Análisis DOFA

Cuadro 2. Análisis matriz DOFA

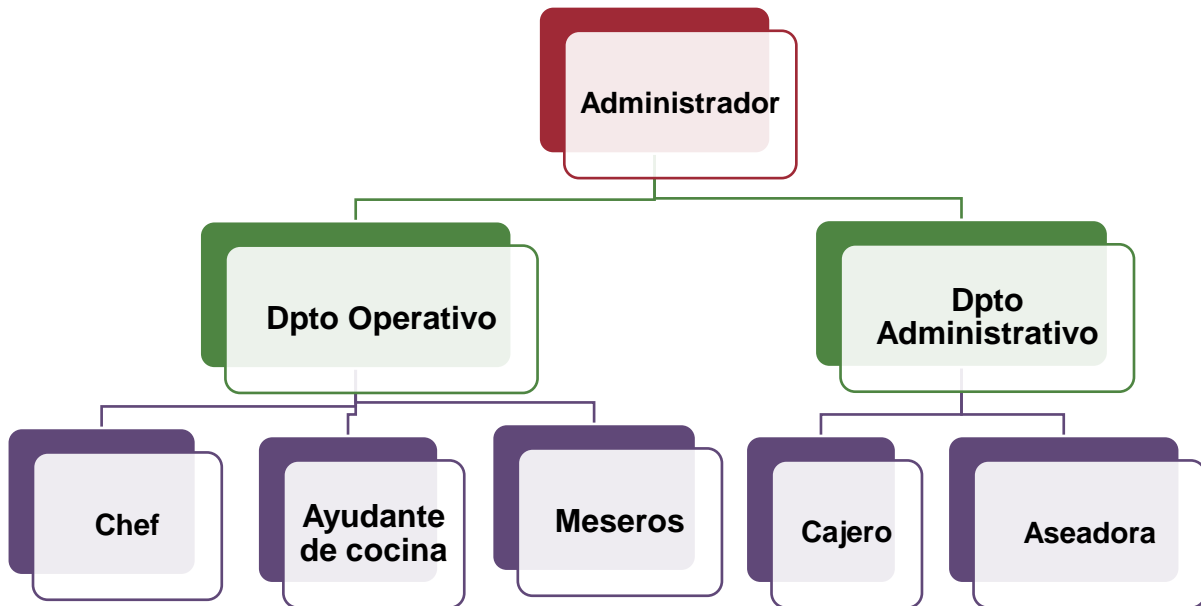
Debilidades	<ul style="list-style-type: none">)} Se cuenta con pocos recursos económicos para hacer que la empresa sea conocida, ya que apenas se está empezando y solo se cuenta con el capital base para ciertas actividades planteadas para la incursión en el mercado.)} Dificultad al buscar créditos para la financiación ya que no conocen la Empresa.
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none">)} Aumento de las ventas del sector de restaurantes.)} La gente está dispuesta a conocer y consumir la comida del Pacífico.)} Al realizar la investigación de mercados se concluyó que las personas suelen ir mucho a restaurantes (ésta situación permite aumentar no solo el volumen de ventas y rentabilidad, sino también la calidad en la búsqueda de satisfacer la demanda).)} Participación en ferias gastronómicas.
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none">)} Alto grado de calidad en los platos y el servicio.)} Tener creatividad a la hora de crear los platos.)} Conocimiento gastronómico de una de las emprendedoras legado de su madre.)} Conocimiento de diferentes precios que manejan algunos competidores.
Amenazas	<ul style="list-style-type: none">)} La competencia directa (restaurantes de comida de mar) está aumentando, lo que quiere decir que cada año aparecen nuevas empresas y el mercado se vuelve más competido.

Fuente: Elaboración propia (2019)

7.1.2 Estructura organizacional

A continuación, se presenta el organigrama que se manejará inicialmente en el restaurante:

Ilustración 10. Estructura organizacional.



Fuente: Elaboración propia (2019)

Cuadro 4. Descripción cargo Administrador

Cargo	Administrador
Salario	1.200.000
Personal a cargo	Cocinero y/o Chef, Auxiliar de Cocina, Meseros, Personal de aseo, Cajero
Funciones	<p>Liderar los procesos de planificación, con la elaboración de estrategias para todos los niveles, las cuales permitan un mejor funcionamiento, el crecimiento y reconocimiento del negocio.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organizar, direccionar y controlar cada uno de los procesos y el servicio que se presta. - Supervisión de presupuestos para controlar gastos - Manejo y distribución eficaz y eficiente de todos los recursos con los que cuenta la organización. -Toma de dediciones óptimas, que contribuyan al crecimiento organizacional. -Ejercer un liderazgo dinámico para volver operativos y ejecutar los planes y estrategias planeados. -Medir periódicamente la ejecución y comparar resultados reales con los planes y estándares de ejecución.
Conocimientos esenciales	Profesional en Administración de empresas
Rango de experiencia	Experiencia mínima de 6 meses en el cargo
Evidencias de competitividad	Manejo de software de Alimentos y Bebidas, Fluidez verbal, Trabajo bajo presión

Fuente: elaboración propia (2019)

Cuadro 5. Descripción cargo Chef

Cargo	Cocinero y/o Chef
Salario	1.800.000
Personal a cargo	Auxiliar de Cocina
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Organizar cada uno de los procesos, para el excelente funcionamiento de la cocina, la presentación y calidad del plato. - Repartirá y dirigirá el trabajo de cada auxiliar de cocina en la preparación de los platos, supervisando el trabajo. - Preparar diariamente el inventario de alimentos. - Elaborar y terminar cada uno de los platos que se ofrecerán al público, teniendo en cuenta la presentación y montaje de lo que se especifica en la carta. - Revisar constantemente los implementos y materiales para la preparación de los alimentos y avisar en caso de que se presente alguna anomalía o incidente.
Conocimientos esenciales	Profesional o técnico en culinaria y/o cocinero empírico
Rango de experiencia	Experiencia mínima de 1 año en el cargo
Evidencias de competitividad	Trabajo bajo presión, disciplina, agilidad, capacidad de liderazgo, eficiencia y eficacia, manejo de personal
Evidencias personales	Buena presentación, actitud de servicio, disponibilidad horario

Fuente: Elaboración propia (2019)

Cuadro 6. Descripción cargo Ayudante de cocina

Cargo	Ayudante o Auxiliar de Cocina
Salario	828.116
Personal a cargo	Ninguno
Funciones	<ul style="list-style-type: none">- Colaborar en cada uno de los procesos, para el excelente funcionamiento de la cocina, la presentación y calidad del plato.- Ayudar en la elaboración de cada uno de los platos que se ofrecerán al público, teniendo en cuenta la presentación y montaje de lo que se especifica en la carta.- Realizar la preparación, aderezo y presentación de platos utilizando las técnicas sugeridas y planeadas- Limpiar y ordenar cada una de las dependencias, elementos y utensilios de la cocina y empleados para el trabajo.-Organizar cada uno de los nuevos recursos y de esta manera contribuir en la elaboración de inventarios, almacenamiento y conservación de los mismos.
Conocimientos esenciales	Técnico en culinaria
Rango de experiencia	Experiencia mínima de 6 meses en el cargo
Evidencias de competitividad	Trabajo bajo presión, disciplina, agilidad, sentido de pertenencia, eficiencia y eficacia, cuidado con utensilios y producto, cumplimiento de horarios, ayuda
Evidencias personales	Buena presentación, disponibilidad horario

Fuente: elaboración propia (2019)

Cuadro 7. Descripción cargo meseros

Cargo	Meseros
Salario	600.000
Personal a cargo	Ninguno
Funciones	<p>- Recibir el cliente y asignar una mesa que se acomode a sus gustos o preferencias. – Sugerir al cliente aperitivos, cócteles, y bebidas después de la cena. - Sugerir alguna ensalada o especialidad de la casa.</p> <p>- Presentar la comanda a los cocineros para que salga el plato. -Servir los alimentos en la mesa, ofreciendo el mejor servicio -Recoger los platos sucios. -Presentar al cliente la cuenta para que se efectúe su pago. -Hacer el adecuado montaje de las mesas. -Conocer el correcto manejo de la loza y cristalería para evitar quebrarlos. - -Presentarse al cliente con amabilidad, cortesía y mucho respeto.</p>
Conocimientos esenciales	Bachiller , Técnico Profesional en Mesa y Bar Capacitación para meseros
Rango de experiencia	Experiencia de un año en servicio al cliente
Evidencias de competitividad	Disposición para atención oportuna y eficiente, vocación de servicio, organización y trabajo en equipo
Evidencias personales	Buena presentación, actitud de servicio, disponibilidad horario

Fuente: elaboración propia (2019)

Cuadro 8. Descripción cargo personal de aseo

Cargo	Personal de aseo
Salario	600.000
Personal a cargo	Ninguno
Funciones	<ul style="list-style-type: none">- Mantener limpio el sitio de trabajo, desde cocina, baños, despensa y lugar de atención al público.- Limpiar cada uno de los elementos y recursos físicos con que cuenta la empresa.- Preservar una imagen impecable del local.- Organizar como corresponde el negocio, manteniendo un excelente aseo e higiene en este.
Conocimientos esenciales	Bachiller Oficios varios, servicios generales
Rango de experiencia	Experiencia mínima de 6 meses en oficios varios y/o generales
Evidencias de competitividad	Sentido de pertenencia, compromiso, organización, excelente presentación personal, sentido de higiene, sentido de observación
Evidencias personales	Excelente presentación personal, sentido de higiene, sentido de observación

Fuente: elaboración propia (2019)

Cuadro 9. Descripción cargo cajero

Cargo	Cajero
Salario	900.000
Personal a cargo	Ninguno
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> -Manejar el dinero recibido y no descuidarse de la caja. -Verificar inventario a su cargo y solicitar pedidos según la necesidad. -Procesar los pagos apropiadamente. - Mantener informado a su jefe inmediato sobre los acontecimientos relevantes que sucedan en su área de trabajo. Al momento de finalizar su turno, el dinero recaudado deberá ser el mismo que figure en el reporte. -Realizar informe de cierre junto al administrador -Relacionar sobre de remisión donde se relacionan medios de pago discriminados. -Recibir los ingresos diarios en el restaurante
Conocimientos esenciales	Técnico o Tecnólogo en administración, contabilidad o contaduría pública Conocimiento en el manejo de caja
Rango de experiencia	Experiencia mínima de un año en cargos similares
Evidencias de competitividad	Agilidad, responsable, actitud de servicio al cliente, compromiso y responsabilidad, Capacidad de análisis y concentración, agilidad mental.

Fuente: elaboración propia (2019)

7.2 ASPECTOS LEGALES

Cuadro 10. Tipos de sociedades

CUADRO COMPARATIVO SOCIEDADES MERCANTILES				
Nombre Sociedad	Capital Social	Características	Ventajas	Desventajas
Sociedad Anónima	No menor a 50 millones	Limitación de responsabilidad de los socios frente a terceros. División del capital social en acciones.	*Independencia de los socios de sus accionistas *Los socios no responden por actuaciones de directores. *Los directores son responsables de mal desempeño.	*Excesivo número de trámites *Alto costo de las formalidades *Exige capital mínimo para construirse *Forma más compleja de organización.
Sociedad comandita simple	No requiere capital mínimo	* La sociedad comanditaria simple, se forma siempre por dos clases de socios *Para constituir la sociedad no es necesario la presencia de los socios comanditarios	*No requiere capital mínimo para su construcción. *Los socios participan directamente en las ganancias. *Se reúne un capital mayor para la empresa	*Los socios comanditarios no pueden votar *A los socios comanditarios se les prohíben actos administrativos. *Se aporta capital íntegro.
Sociedad de responsabilidad limitada	Dividido en cuotas sociales	*Poca exigencia administrativa *Las obligaciones de los socios están limitada por su aportación.	*Poca exigencia administrativa. *Menos costosa que otras sociedades *Las obligaciones de los socios están limitada por su aportación.	*Transferir las participaciones depende de los socios. *Mas exigencia de las autoridades *La firma se grava como impuesto
Sociedad en comandita por acciones	Se divide por acciones	*Marco legal para iniciar la empresa *No se fija una fecha de terminación de la sociedad	*Marco legal para iniciar la empresa *los socios no responden por obligaciones de la empresa *No se fija una fecha de terminación de la sociedad	*Requiere mucha documentación legal *Se disuelve cuando muere un socio *Solo los profesionales pueden utilizarla
Sociedad Colectiva	No establece mínimo	*Los socios intervienen directamente en la gestión de recursos de la empresa.	*La responsabilidad se distribuye entre más personas *puede continuar después de la muerte de un socio *Se toman decisiones sin reuniones formales	*Cada socio es responsable por los actos de otros socios *Es difícil deshacerse de un mal socio *La muerte de un socio puede disolver la empresa
Sociedad Cooperativa	No necesita capital mínimo	*Integrada por personas de la sociedad de clase trabajadora	*No necesita capital mínimo *Los socios se registran voluntariamente *Todos tienen los mismos derechos	*Necesita un mínimo de personas para construirse *Una asamblea al año como mínimo *Obligación a depositar cuentas anuales.

(El Economista , s.f.)

Para la creación del restaurante “Deseos del Pacífico” se decide escoger el tipo de sociedad LTDA, el motivo principal es que de esta forma los socios limitan su responsabilidad al capital aportado, evitando responder con su patrimonio personal ante las deudas de sus negocios.

7.2.1 Nombre

El nombre comercial de la empresa será registrado como “Deseos del Pacífico”.

7.2.2 Tipo de sociedad

Sociedad de Responsabilidad Limitada (LTDA)

Es aquella que se forma con un mínimo de dos socios y un máximo de veinticinco, en donde las responsabilidades de los socios son limitadas por el monto de sus aportes. Es un tipo de sociedad en la que está limitada la responsabilidad de los socios al monto del capital de sus aportes, y en la cual los derechos y obligaciones recaen específicamente sobre la empresa y no sobre los socios. (El Economista , s.f.)

7.2.3 Aspectos legales para la creación de empresas

Dentro del proceso de creación de nuevas empresas, el fundamento más importante es formalizar legalmente la constitución de la persona jurídica; pasó que por lo general se concibe como una obligación onerosa y no como un apoyo para proyectar la actividad empresarial hacia niveles superiores del desarrollo. En este caso, no se realizará la constitución de la empresa por ahora, ya que esto es apenas el estudio de factibilidad, para la posterior constitución y creación de la misma; pero se mostrarán cuáles son los pasos y trámites necesarios en la constitución de la empresa.

El restaurante Deseos del Pacífico ha decidido que será una Sociedad de Responsabilidad Limitada.

Este tipo de sociedad tiene una gran acogida en el sector empresarial, ya que es una estructura societaria liviana, sumada al principio de limitación del riesgo que rige esta clase de sociedad, son estas particularidades que hacen que la sociedad de responsabilidad limitada sea ideal para pequeñas y medianas empresas. (El Economista , s.f.)

Sociedades Comerciales:

La sociedad es el contrato que celebran dos o más personas, obligándose a hacer un aporte en dinero, en trabajo o en otros bienes apreciables en dinero, con el fin de repartirse entre sí las utilidades obtenidas en la empresa o actividad social.

(Jauregui, 2015)

7.2.3. 1 Requisitos

1) Verificar previamente en la Cámara de Comercio que no existe otra sociedad o establecimiento de comercio con el mismo nombre de la sociedad que se pretende registrar.

} La sociedad comercial o civil se constituyen mediante escritura pública ante notaria salvo en los casos señalados en la Ley 1014 de 2006:

Deberá tener como mínimo los siguientes requisitos, según el artículo 110 del Código de Comercio:

La sociedad comercial se constituirá por escritura pública en la cual se expresará:
Nombre, domicilio e identificación de los socios.

- } El nombre de la sociedad.
- } El domicilio social.
- } El objeto social, enunciando en forma clara las actividades principales
- } El capital social, el número de cuotas en que se divide, el valor de cada cuota y los aportes que corresponden a cada socio, En las sociedades por acciones, el capital autorizado, suscrito y pagado, el número de acciones y el valor de cada acción. Debe resaltarse que no se requiere un valor mínimo ni uno máximo de capital.
- } La forma de administración o representación legal de la sociedad y las atribuciones y limitaciones del representante legal, En caso de que no menciones las facultades del representante legal, se entenderá que tiene las facultades previstas en la ley comercial.
- } La duración precisa de la sociedad. (El Economista , s.f.)

7.2.3.2 Particularidades de una Sociedad de Responsabilidad Limitada

Constitución: Por escritura pública; copia de ésta debe ser inscrita en la cámara de comercio competente. En los estatutos se estipulará que la responsabilidad de los socios de limita a sus aportes y que éstos han sido pagados íntegramente.

Situación Jurídica: La sociedad una vez constituida legalmente forma una persona jurídica distinta de los socios, individualmente considerados; La sociedad paga un porcentaje sobre las utilidades.

Número de Socios: Mínimo 2, máximo 25.

Capital Social: El capital social se pagará inmediatamente al constituirse la sociedad. Cuando se aportan bienes, los socios son solidariamente responsables del valor atribuido a ellos en la escritura social.

Responsabilidad de cada uno de los Socios: Limitada a sus aportes y, además a cualquier suma adicional que se indique en los estatutos.

Negociabilidad de las Participaciones: Sólo pueden cederse por escritura pública. Podrá cederse a los socios o extraños, según se indique en los propios estatutos.

Razón Social: La sociedad girará bajo una denominación o razón social en ambos casos seguida de la palabra “limitada” o de su abreviatura “Ltda.”, que de no aparecer en los estatutos hará responsables a los asociados solidaria e ilimitadamente frente a terceros.

Administración: Corresponde a todos y cada uno de los socios, pero éstos pueden delegar en un gerente.

Funciones de los socios: Reunirse por lo menos una vez al año en la fecha en que determinen los estatutos, estudiar y aprobar las reformas de los estatutos, examinar, aprobar o improbar los balances de fin de ejercicio, las cuentas que deben rendir los administradores, disponer de las utilidades sociales.

Distribución de utilidades: La distribución de utilidades requiere el voto de la mayoría de los socios a menos que se hubiere estipulado otra cosa en los estatutos.

Reservas: *Legal:* 10% de las utilidades liquidas de cada ejercicio hasta que se complete al menos al 50% del capital suscrito.

7.3 Gastos administrativos

7.3.1 Gastos de Personal

- Salarios

En las siguientes tablas encontramos los salarios de los 7 operarios con los cuales deberá contar este restaurante para la realización del mismo.

El artículo 65 de la Ley 1819 (2016), el cual adicionó el artículo 114 – 1 al Estatuto Tributario, frente a la exoneración de aportes, indicó:

“Artículo 114-1. Exoneración de aportes. Estarán exoneradas del pago de los aportes parafiscales a favor del Servicio Nacional del Aprendizaje (SENA), del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) y las cotizaciones al Régimen Contributivo de Salud, las sociedades y personas jurídicas y asimiladas contribuyentes declarantes del impuesto sobre la renta y complementarios, correspondientes a los trabajadores que devenguen, individualmente considerados, menos de diez (10) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Así mismo las personas naturales empleadoras estarán exoneradas de la obligación de pago de los aportes parafiscales al SENA, al ICBF y al Sistema de Seguridad Social en Salud por los empleados que devenguen menos de diez (10) salarios mínimos legales mensuales vigentes. Lo anterior no aplicará para personas naturales que empleen menos de dos trabajadores, los cuales seguirán obligados a efectuar los aportes de que trata este inciso.

Tabla 27. Salarios

NÓMINA OPERATIVA PERSONAL DE PLANTA				8,5%	12%	0,522%	4%	
No	Cargo	Salario	Aux. Transporte	Salud	Pensión	Riesgos	Parafiscales	Total
1	Chef	1.800.000,00	-	153.000,00	216.000,00	9.396,00	72.000,00	2.250.396,00
2	Ayudante de cocina	828.116,00	97.032,00	70.389,86	99.373,92	4.322,77	33.124,64	1.132.359,19
3	mesero 1	600.000,00	97.032,00	51.000,00	72.000,00	3.132,00	24.000,00	847.164,00
4	mesero 2	600.000,00	97.032,00	51.000,00	72.000,00	3.132,00	24.000,00	847.164,00
Subtotal		3.828.116,00	291.096,00	325.389,86	459.373,92	19.982,77	153.124,64	5.077.083,19
TOTAL NÓMINA MENSUAL OPERATIVA							5.077.083,19	
TOTAL NÓMINA ANUAL OPERATIVA							60.924.998,23	

NÓMINA ADMINISTRATIVA PERSONAL DE PLANTA				8,5%	12%	0,522%	4%	
No	Cargo	Salario	Aux. Transporte	Salud	Pensión	Riesgos	Parafiscales	Total
1	Administrador	1.100.000,00	97.032,00	93.500,00	132.000,00	5.742,00	44.000,00	1.472.274,00
2	Cajero	900.000,00	97.032,00	76.500,00	108.000,00	4.698,00	36.000,00	1.222.230,00
3	Servicios Generales Aseo	600.000,00	97.032,00	51.000,00	72.000,00	3.132,00	24.000,00	847.164,00
Subtotal		2.600.000,00	291.096,00	221.000,00	312.000,00	13.572,00	104.000,00	3.541.668,00
TOTAL NOMINA MENSUAL ADMINISTRATIVA							3.541.668,00	
TOTAL NOMINA ANUAL ADMINISTRATIVA							42.500.016,00	

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 28. Prestaciones sociales

En la siguiente tabla podemos encontrar las prestaciones sociales de los empleados del restaurante, que serán pagadas anualmente.

PRESTACIONES SOCIALES PERSONAL DE PLANTA OPERATIVO							
No	Cargo	Cesantías	Prima	Interés Cesantías	Vacaciones	Dotación	TOTAL
1	Chef	1.800.000,00	1.800.000,00	216.000,00	900.000,00	50.000,00	4.766.000,00
2	Ayudante de cocina	828.116,00	828.116,00	99.373,92	414.058,00	50.000,00	2.219.663,92
3	Mesero 1	600.000,00	600.000,00	72.000,00	300.000,00	30.000,00	1.602.000,00
4	Mesero 2	600.000,00	600.000,00	72.000,00	300.000,00	30.000,00	1.602.000,00
Subtotal		3.828.116,00	3.828.116,00	459.373,92	1.914.058,00	160.000,00	10.189.663,92

PRESTACIONES SOCIALES PERSONAL DE PLANTA ADMINISTRATIVO							
No	Cargo	Cesantías	Prima	Interés Cesantías	Vacaciones	Dotación	TOTAL
1	Administrador	1.100.000,00	1.100.000,00	132.000,00	550.000,00	-	2.882.000,00
2	Cajero	900.000,00	900.000,00	108.000,00	450.000,00	-	2.358.000,00
3	Servicios Generales Aseo	600.000,00	600.000,00	72.000,00	300.000,00	-	1.572.000,00
Subtotal		2.600.000,00	2.600.000,00	312.000,00	1.300.000,00	-	6.812.000,00

Fuente: Elaboración propia (2019)

7.3.2 Salarios por prestación de servicios

En la tabla que se muestra a continuación están los valores a pagar al personal encargado de realizar los shows en vivo y los conversatorios, sus contratos serán por prestación de servicio.

Para el caso del grupo folclórico se realizará cuatrimestralmente por 2.5 horas en total 3 veces al año, los conversatorios serán trimestralmente y se llevarán a cabo 2 horas.

Tabla 29. Prestación de servicios

PERSONAL POR PRESTACIÓN DE SERVICIOS				
No	Cargo	No Horas Laboradas	Valor Hora	Total Pagar
1	Grupo Folclórico	2,50	166.667,00	500.001,00
2	Orador en conversatorios	2,00	100.000,00	200.000,00

7.3.3 Gastos de puesta en marcha.

Tabla 30. Gastos de legalización

En esta tabla podemos encontrar los costos los cuales implicará la constitución del restaurante. En la presente tabla no se establece un rubro correspondiente a certificado sanitario ni uso de suelo debido a que en la página oficial de la Alcaldía de Popayán (2019) se expresa que el certificado sanitario y el permiso de uso de suelo no tienen ningún costo.

TIPO GASTO	DETALLE	SUBTOTAL
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	Registro de la Empresa en Cámara y Comercio	\$ 608.000
	Certificado sanitario	\$ -
	Permiso uso de suelo Alcaldía Municipal	\$ -
	Permiso Cuerpo de Bomberos	\$ 32.000
	TOTALES	\$ 640.000

Fuente: Elaboración propia (2019)

CAPITULO VIII: FINANZAS

8.1 Estudio Financiero

Para el Estudio financiero se consideraron las siguientes variables:

8.1.2 Incrementos

Proyección de ingresos: Para el año 2019 se realizó con base en el presupuesto que se tiene de las unidades a vender anual y el precio de los productos, para los años siguientes se tomó el año 2019 como base y un incremento porcentual del 5,09% basado en el IPC.

Tabla 31. Ingresos proyectados

INGRESOS							
Concepto	Valor	Unidades a vender	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ceviche de camaron	\$ 15.000	2.218	33.270.000,00	34.963.443,00	36.743.082,25	38.613.305,14	40.578.722,37
Encocado de jaiba	\$ 25.000	1.920	48.000.000,00	50.443.200,00	53.010.758,88	55.709.006,51	58.544.594,94
Pescado frito	\$ 13.000	541	7.033.000,00	7.390.979,70	7.767.180,57	8.162.530,06	8.578.002,84
Atollado de almejas	\$ 25.000	1.710	42.750.000,00	44.925.975,00	47.212.707,13	49.615.833,92	52.141.279,87
Arroz con mariscos	\$ 25.000	2.212	55.300.000,00	58.114.770,00	61.072.811,79	64.181.417,91	67.448.252,09
TOTAL			186.353.000,00	195.838.367,70	205.806.540,62	216.282.093,53	227.290.852,09

Fuente: Elaboración propia (2019)

8.1.3 Proyección de costos y gastos.

Para la proyección de costos y gastos se tienen en cuenta los siguientes aspectos:

Para los gastos generales: el promedio de inflación en los últimos 10 años. (Banco de la Republica, 2008)

En la siguiente tabla se contemplan los costos a 5 años de restaurante Deseos del Pacifico, el primer año se tomó el total de costos operativos anuales. Para los años siguientes se toma como base los costos del año 2019 y se multiplica el promedio de inflación de los últimos diez años desde el 2009 hasta el 2018 dando como resultado 3,68% información sacada del Banco de la Republica.

Tabla 32. Costos proyectados

COSTOS PROYECTADOS	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023
	93.458.223,24	96.893.747,53	100.455.561,69	104.148.308,14	107.976.799,94

Fuente: Elaboración propia (2019)

Esta tabla incluye los costos que tendra el producto para su realizacion como son: materias primas, salarios del area de produccion.

Tabla 33. Gastos proyectados

En la siguiente tabla se contemplan los gastos a 5 años de restaurante Deseos del Pacifico, donde a partir del segundo año se proyectan con base a los gastos reales del primer año y el promedio de inflación de la última década los gastos a realizar.

Los gastos contemplado en esta tabla son salarios del area administrativa, salarios por prestacion de servicio, Arrendamientos, servicios publicos, publicidad, papeleria.

GASTOS PROYECTADOS	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023
	67.492.019,00	69.973.025,62	72.545.234,04	75.211.996,84	77.976.789,85

Fuente: Elaboración propia (2019)

8.1.4 Inversión Inicial

Tomando en cuenta los datos anteriores se estimó una inversión inicial de 40.258.476,19

servicios publicos, salarios, arriendo, publicidad, se plantean para tres meses los cuales se planean como parte de la inversion inicial, con el objetivo de tener un rubro para prevision de gastos durante el tiepo que se planea el posicionamiento del restaurante y se normalicen las ventas, posterior a los tres meses, se espera que los ingresos del restaurante permitan el cubrimiento de estos gastos de funcionamiento.

Tabla 34. Inversión inicial

INVERSIÓN INICIAL	
DETALLE	SUBTOTAL
Equipo e Implementos(Equipo operativo y muebles y enseres)	12.245.970,00
Gastos de constitucion	640.000,00
Gastos por publicidad	1.350.000,00
Gastos por adecuaciones	700.000,00
Salario	15.702.087,19
Prestaciones sociales	4.250.416,00
Salario prestacion de servicios	1.500.003,00
Arriendo	3.000.000,00
Servicios publicos	870.000,00
TOTAL GASTOS ANUALES	40.258.476,19

Fuente: elaboración propia (2019)

8.1.5 Depreciación

La depreciación se realizará a los activos Fijos según la vida útil de cada uno de ellos y se contabiliza la disminución del potencial de utilidad de estos activos invertidos en el proyecto, como se evidencia a continuación.

Tabla 35. Depreciación

		VIDA ÚTIL PROYECTO AÑOS		5			
ACTIVOS FIJOS							
ACTIVOS	UNIDAD	VALOR	TOTALES	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN A 5 AÑOS	VALOR SALVAMENTO
1 Sillas	60	\$ 25.000	\$ 1.500.000	5	\$ 300.000	\$ 1.500.000	\$ -
2 Mesas	15	\$ 44.990	\$ 674.850	5	\$ 134.970	\$ 674.850	\$ -
3 Escritorio	1	\$ 100.000	\$ 100.000	5	\$ 20.000	\$ 100.000	\$ -
4 Silla Escritorio	1	\$ 55.000	\$ 55.000	5	\$ 11.000	\$ 55.000	\$ -
5 Computador	1	\$ 884.900	\$ 884.900	5	\$ 176.980	\$ 884.900	\$ -
6 Impresora	1	\$ 250.000	\$ 250.000	5	\$ 50.000	\$ 250.000	\$ -
7 caja registradora	1	\$ 314.900	\$ 314.900	5	\$ 62.980	\$ 314.900	\$ -
8 Lava vajilla	1	\$ 764.910	\$ 764.910	10	\$ 76.491	\$ 382.455	\$ 382.455
9 Picatodo	1	\$ 68.000	\$ 68.000	10	\$ 6.800	\$ 34.000	\$ 34.000
10 Estufa	1	\$ 989.000	\$ 989.000	10	\$ 98.900	\$ 494.500	\$ 494.500
11 Gramera	2	\$ 39.000	\$ 78.000	10	\$ 7.800	\$ 39.000	\$ 39.000
12 Dispensador de jugos	1	\$ 744.900	\$ 744.900	10	\$ 74.490	\$ 372.450	\$ 372.450
14 Congelador	1	\$ 999.900	\$ 999.900	10	\$ 99.990	\$ 499.950	\$ 499.950
15 Cámaras	2	\$ 64.000	\$ 128.000	5	\$ 25.600	\$ 128.000	\$ -
TOTAL ACTIVOS FIJOS			\$ 7.562.360	TOTAL	\$ 1.146.001	\$ 5.730.005	\$ 1.822.365

Fuente: Elaboración propia (2019)

8.2 Proyección de los estados financieros

A continuación, se presentan las tablas de las diferentes proyecciones financieras realizadas, para esto se han tomado los primeros cinco años.

8.2.1 Flujo de caja libre

Es la cantidad de dinero disponible por la organización para cubrir deuda o repartir dividendos, una vez se hayan deducido el pago a proveedores y las compras del activo fijo (construcciones, maquinaria, vehículos...). Por eso es libre, porque se puede distribuir entre las diferentes necesidades de la empresa como ésta lo considere conveniente una vez se han satisfecho todos los pagos obligatorios.

Tabla 36. Estado de Flujo de Caja Libre.

<i>DESEOS DEL PACIFICO</i> <i>ESTADO FLUJO DE CAJA LIBRE</i>						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS		186.353.000,00	195.838.367,70	205.806.540,62	216.282.093,53	227.290.852,09
COSTO OPERATIVO		93.458.223,24	96.893.747,53	100.455.561,69	104.148.308,14	107.976.799,94
UTILIDAD BRUTA		92.894.776,76	98.944.620,17	105.350.978,93	112.133.785,40	119.314.052,15
G. ADMINISTRACIÓN		67.492.019,00	69.973.025,62	72.545.234,04	75.211.996,84	77.976.789,85
DEPRECIACIÓN		1.146.001,00	1.146.001,00	1.146.001,00	1.146.001,00	1.146.001,00
AMORTIZACIÓN		240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00
UTILIDAD OPERATIVA		24.016.756,76	27.585.593,55	31.419.743,89	35.535.787,55	39.951.261,30
(+) OTROS INGRESOS		-	-	-	-	-
(-) OTROS EGRESOS		-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		24.016.756,76	27.585.593,55	31.419.743,89	35.535.787,55	39.951.261,30
IMPUESTO (33%)		7.925.529,73	9.103.245,87	10.368.515,48	11.726.809,89	13.183.916,23
UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS (UODI)		16.091.227,03	18.482.347,68	21.051.228,40	23.808.977,66	26.767.345,07
(-) DEPRECIACIÓN		1.146.001,00	1.146.001,00	1.146.001,00	1.146.001,00	1.146.001,00
(-) AMORTIZACIÓN		240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00
FLUJO DE CAJA BRUTO		17.477.228,03	19.868.348,68	22.437.229,40	25.194.978,66	28.153.346,07
(-) INVERSIONES DEPRECIABLES	7.552.360,00	-	-	-	-	-
(-) INVERSIONES No DEPRECIABLES		-	-	-	-	-
(-) INVERSIONES AMORTIZABLES	1.200.000,00	-	-	-	-	-
(-) INVERSIONES DE CAPITAL DE TRABAJO	40.258.476,19	-	-	-	-	-
(-) VALOR DEL MERCADO (Ingreso por la venta)		-	-	-	-	-
FLUJO DE CAJA LIBRE	- 49.010.836,19	17.477.228,03	19.868.348,68	22.437.229,40	25.194.978,66	28.153.346,07

Fuente: Elaboración propia (2019)

8.2.2 Flujo de caja del inversionista

El flujo de caja de inversión (FCI), es la variación de capital procedente de la diferencia entre las entradas y salidas de efectivo procedentes de inversiones en instrumentos financieros, generalmente deuda a corto plazo y fácilmente convertible en **liquidez**, gastos

de capital asociados a las inversiones, compra de maquinaria, edificios, inversiones y adquisiciones.

Tabla 37. Flujo de caja del inversionista.

<i>DESEOS DEL PACIFICO</i> <i>FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA</i>						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD OPERACIONAL		24.016.756,76	27.585.593,55	31.419.743,89	35.535.787,55	39.951.261,30
INTERESES		5.917.996,00	5.138.209,31	4.194.667,41	3.052.981,72	1.671.542,03
UTILIDAD OPERATIVA ANTES DE IMPUESTOS UAI		18.098.760,76	22.447.384,24	27.225.076,48	32.482.805,84	38.279.719,28
IMPUESTOS		5.972.591,05	7.407.636,80	8.984.275,24	10.719.325,93	12.632.307,36
UTILIDAD OPERATIVA DESPUÉS DE IMPUESTOS E INTERESES UODII		12.126.169,71	15.039.747,44	18.240.801,24	21.763.479,91	25.647.411,92
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN		1.386.001,00	1.386.001,00	1.386.001,00	1.386.001,00	1.386.001,00
FLUJO DE CAJA BRUTO		13.512.170,71	16.425.748,44	19.626.802,24	23.149.480,91	27.033.412,92
INVERSIONES DEPRECIABLES	2.265.708,00					
INVERSIONES AMORTIZABLES	360.000,00					
INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO	12.077.542,86	-	-	-	-	-
PAGO DE CAPITAL O ABONO DE CAPITAL DE LAS DEUDAS		3.713.269,96	4.493.056,65	5.436.598,55	6.578.284,24	7.959.723,93
VALOR DE MERCADO						-
FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	-	14.703.250,86	9.798.900,75	11.932.691,79	14.190.203,69	16.571.196,67
			19.073.688,98			

Fuente: elaboración propia (2019)

8.2.2.1 Indicadores Financieros del flujo de caja libre

Se calculó los Indicadores Financieros como la TIR Tasa Interna de Retorno, nos ofrece una rentabilidad del 32,71% de la inversión, y el Valor Presente Neto, resultó mayor a cero por un valor de Veintisiete millones setecientos cincuenta milochocientos veintitrés, (27.750.823) lo cual determina que es viable invertir en el Restaurante Deseos del Pacifico.

Tabla 38. Indicadores flujo de caja del inversionista.

Indicadores Financieros	
WAAC	$(\%E * KE) + \%D * (KI(1-T))$
WACC Tasa de descuento	13,27%
Valor Presente Neto (VNP)	27.750.823,36
Tasa Interna de Retorno	32,71%

Fuente: elaboración propia (2019)

8.2.2.2 Periodo de recuperación para el inversionista

Como se observa en la siguiente tabla, el periodo de recuperación de la inversión inicial es equivalente a dos años siete meses.

Tabla 39. Periodo de recuperación del inversionista

Periodo de Recuperación caja libre						
PERIODO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA LIBRE	- 49.010.836,19	17.477.228,03	19.868.348,68	22.437.229,40	25.194.978,66	28.153.346,07
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	- 49.010.836,19	- 31.533.608,16	- 11.665.259,48	10.771.969,93	35.966.948,59	64.120.294,66

Periodo anterior al cambio del sig	3	%	MESES
Valor absoluto del flujoacumulad	- 10.771.969,93	100%	12
Flujo de caja en siguiente period	25.194.978,66	0,3	3
Periodo de recuperación	2,572		

Fuente: elaboración propia (2019)

8.2.3 Amortización Crédito

Para dar inicio al proyecto del Restaurante “Deseos del Pacífico”, se necesita una inversión inicial de Cuarenta y cuatro millones ciento veintiocho mil cuatrocientos setenta y seis, de los cuales el 30% lo financian los inversionistas y el 70% una entidad Financiera, como se especifica a continuación.

Tabla 40. Amortización

TABLA AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO				
DEUDA	\$	28.180.933	70% de la inversión Inicial	
TASA DE INTERÉS		21%	E.A	
PLAZO DEUDA		5	Años	
AMORTIZACIÓN				
Crédito	\$ 28.180.933			
Periodo	Cuota	Interés	Abono a Capital	Saldo
0				28.180.933,33
1	9.631.265,96	5.917.996,00	3.713.269,96	24.467.663,37
2	9.631.265,96	5.138.209,31	4.493.056,65	19.974.606,72
3	9.631.265,96	4.194.667,41	5.436.598,55	14.538.008,17
4	9.631.265,96	3.052.981,72	6.578.284,24	7.959.723,93
5	9.631.265,96	1.671.542,03	7.959.723,93	-

Fuente: elaboración propia (2019)

CAPITULO X CONCLUSIONES

Según el estudio financiero se identifico que la tasa interna de retorno (TIR) ofrece una rentabilidad del 32,71% de la inversión lo cual indica que el proyecto es viable ya que es mayor a la rentabilidad esperada (TIO) que es del 11,4%; ademas el valor presente neto (VPN) es positivo de \$27.750.823 lo cual indica que el proyecto es rentable.

En referencia al estudio técnico realizado se determinó la ubicación inicial para la empresa, el restaurante quedara ubicado en el centro histórico de la ciudad el cual es un lugar muy transitado y visitado por el público en general.

La creación de un nuevo restaurante no sólo tiene un fin económico, sino también un fin de responsabilidad social, al brindar una oportunidad a las personas que se beneficiaran con empleo en este proyecto.

En lo que respecta al aspecto legal y organizacional de la empresa, estará constituida por una sociedad LTDA que constara de 2 socios, 7 empleados y así mismo cumplirá con los requisitos y constitución requeridas por todas las entidades públicas establecidas por la ley.

Se hace necesario diseñar un Plan Estratégico de Mercadeo, para la puesta en marcha del Restaurante, con el fin de identificar, analizar y evaluar los aspectos publicitarios, de marca y de competencia más relevantes.

Como conclusión final, desde el punto de vista comercial, de mercado y financiero, el proyecto de la creación de un restaurante de comidas originarias del Pacífico en la ciudad de Popayán, es viable.

Referencias

(2003). *Dinero*.

Alcaldía de Popayán. (s.f.). Obtenido de <http://www.popayan.gov.co/turistas/informacion-importante/reconocimientos-unesco>

Alcaldía de Popayán. (s.f.). Obtenido de <http://www.popayan.gov.co/ciudadanos/popayan/historia>

Alcaldía Municipal de Popayán. (s.f.). *Alcaldía Popayán*. Obtenido de <http://popayan.gov.co>

Arboleda, G. (2003). *Proyectos formulación, evaluación y contro*. México: Editores.

Banco de la Republica. (2008). Obtenido de <http://www.banrep.gov.co/es/indice-precios-consumidor-ipc>

Batista, P., Fernández , C., & Hernández, R. (2010). *Metodología de la investigación*. (5ª Ed.). México: Mc Graw Hill.

Bernabeu, I. (2018). Obtenido de <https://www.institutobernabeu.com/es/ib/informacion-turistica/>

Bernald, C. (2006). *Metodología de la investigación*. Mexico: Person.

Blogspot. (s.f.). Obtenido de <http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html>

Brian Floody, Gina Mcneli, B Cooper. (2002). *como iniciar y administrar un restaurante*. Bogota: Norma.

Buenaventura, b. p. (2017). Obtenido de <https://lodichoquetraaelviento.wordpress.com/>

Chain, N. S. (2006). *Criterios de evaluacion de proyectos*. Barcelona españa: Mcgraw-Hill interamericana.

Codigo Civil. (s.f.). Obtenido de <http://www.secretariasenado.gov.co>

Colombia, B. M. (Abril de 2018). *Bolsa mercantil*. Obtenido de <https://www.bolsamercantil.com.co/Portals/0/xPlugin/uploads/2018/4/6/20180404%20Analisis%20sector%20servicio%20de%20alimentaci%C3%B3n.pdf>

Comercio. (s.f.). Obtenido de <http://www.secretariasenado.gov.co>

Comercio, C. d. (s.f.). *Art 370*.

Como armar un plan de negocios. (2003). *Dinero*.

Corporacion gastronomica de Popayan. (2018). Obtenido de <http://gastronomico.org.co/la-corporacion/>

costa, G. d. (2017). Obtenido de <https://gastro241.wordpress.com/2017/11/04/gastronomia-de-la-costa/>

DANE. (2005). *Departamento Nacional Administrativo de Estadística*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-general-2005-1/sistema-de-consulta-censo-2005>

Deliciosi. (2015). Obtenido de <https://www.deliciosi.com/cazuela-de-mariscos-con-arroz/>

El dicho que trae el viento. (06 de Abril de 2016). Obtenido de <https://lodichoquetraeelviento.wordpress.com/>

El Economista . (s.f.). Obtenido de <https://infoautonomos.eleconomista.es/tipos-de-sociedades/sociedad-limitada-caracteristicas-ventajas/>

Estadísticos, M. (s.f.). Obtenido de http://www.dma.ulpgc.es/profesores/personal/stat/MEAV/muestreo_Aleatorio_Simple.html

Fleitman, J. (2000). *Negocios exitosos*. Mexico: Mc graw-hill interamericana.

Herramientas de Planeacion Administrativa . (2013).

Inc, L. (2014). *Angelfire*. Obtenido de http://www.angelfire.com/dragon2/informatica/estudio_de_factibilidad.htm

Invima. (s.f.). Obtenido de <https://www.invima.gov.co/web/guest/laboratorios-y-control-de-calidad>

Jauregui, M. (8 de Enero de 2015). *Aprendiendo administracion*. Obtenido de <https://aprendiendoadministracion.com/sociedades-comerciales-concepto-y-caracteristicas/>

La Salle. (s.f.). Obtenido de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/1797/T82.07%2011e.pdf?sequence=1>

Meneses, A. (2017). Obtenido de <http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/5803/1/MenesesMorenoLorettaAlejandra2017.pdf>

Mercadotecnia. (s.f.). Obtenido de <https://headways.com.mx/glosario-mercadotecnia/palabra/competencia/>

Nassir, S. C. (2004). *Criterios de evaluacion de proyectos*. Barcelona españa: Mcgraw-Hill interamericana.

Nielsen. (24 de Marzo de 2015). Obtenido de <https://www.nielsen.com/co/es/insights/news/20151/habitos-consumidores-colombianos.print.html>

Noel, S. (2018). Obtenido de <https://www.saltinnoel.com.co/recetas/coctel-de-camarones-con-salsa-rosada-y-galletas-saltin-noel-tradicional/>

Portafolio. (07 de Mayo de 2018). Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/la-industria-de-alimentos-y-bebidas-tendra-un-crecimiento-anual-del-7-516878>

Pymes. (2014). Obtenido de <http://www.pymesfuturo.com/factibilidad.htm>

Sandra Gonzales, Diana Dueñas. (2014). Obtenido de http://cms.univalle.edu.co/lapalabra/index.php?option=com_content&view=article&id=314&Itemid=126

Trabajo, M. d. (2015). *Ministerio del Trabajo*. Obtenido de <http://sintrasaludcol.com/sitioweb/wp-content/uploads/2018/01/Resoluci%C3%B3n-1691-de-2015-Ministerio-de-trabajo-RIT-Nuestra-IPS.pdf>

Varela, R. (2001). Bogota: Prentice hall.

varela, R. (2008). *Innovacion empresarial*. Bogota: Pearson educacion de colombia, ltda.

Varela, R. (2010). *Innovacion Empresarial*. En R. Varela. Pearson. Prentice Hall.

Anexos

Anexo A.

Ficha técnica encuesta de emprendimiento restaurante “Deseos del Pacífico”

– Realizada por:	Estudiantes Unicomfauca
– Universo:	6049
– Unidad de muestreo:	6049
– Nivel de Confianza:	95% (Coeficiente de confianza 1.96)
– Probabilidad de éxito:	0,5
– Probabilidad de fracaso:	0,5
– Error máximo estimado:	0,07 %
– Fecha:	18 de febrero de 2019
– Área de cobertura:	Municipio de Popayán
– Tipo de muestreo:	Aleatorio Simple
– Técnica de recolección de datos:	Encuesta virtual (Google drive)
– Tamaño de la muestra:	190
– Objetivo de la encuesta:	Conocer la intención de compra de los encuestados
– N° de preguntas formuladas:	Once (11)

Fuente: Elaboración propia (2019)

Anexo B. Diseño de la Encuesta

Encuesta de factibilidad para la creación de un restaurante de comidas originarias del Pacífico caucano en la ciudad de Popayán-Cauca

Información General

Responda las siguientes preguntas para conocer la información General del encuestado

1. ¿Ocupación?

- | | |
|---------------|------------------|
| a) Estudiante | c) Independiente |
| b) Empleado | d) Otro |

2. ¿En qué zona de Popayán vive usted?

- | | |
|--------------|------------|
| a) Norte | c) Oriente |
| b) Occidente | d) Sur |
| | e) Centro |

3. ¿Le gusta a usted la comida de mar?

- | | |
|----------|-------|
| a) Si | b) No |
| c) Ns/Nr | |

4. ¿Acostumbra a salir a restaurantes?

- | | |
|------------------|----------|
| | b) No |
| a) Si | |
| c) Algunas veces | d) Ns/Nr |

5. ¿Con que frecuencia acostumbra ir a un restaurante? (escoja solo 1 opción)

- a) Diario
- b) Semanal
- c) Quincenal
- d) Mensual
- e) Trimestral
- f) Semestral
- g) Una vez al año

6. ¿Al visitar un restaurante que factor tiene en cuenta principalmente?

- a) El tipo de comida que ofrecen
- b) Por la conveniencia de precios
- c) Calidad
- d) Su horario de atención
- e) Otro

7. ¿En la ciudad de Popayán conoce restaurantes de comida de mar?

- a) Si
- b) No

8. ¿Qué tan satisfecho está con la comida que ha encontrado en dichos restaurantes?

- a) Mucho
- b) Poco
- c) Nada

9. ¿De los siguientes platos del Pacífico cual es de su mayor preferencia?

- a) Ceviche de camarón
- b) Pescado frito
- c) Encocado de jaiba
- d) Atollado de almejas
- e) Arroz con mariscos

10. ¿Si se implementara un lugar donde usted pudiera consumir comida del Pacífico “compraría” pagaría por consumir sus productos?

a) Si

b) No

11. ¿Precios que estaría dispuesta a pagar por nuestros productos?

a) 7.000-10.000

d) 21.000-25.000

b) 11.000-15.000

e) 26.000-30.000

c) 16.000-20.000

12. ¿Qué lugar le gustaría que quedara ubicado el restaurante?

a) Centro

c) Boulevard rose

b) Norte

d) Otro

¡Muchas gracias!