

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL “RESTAURANTE
DE LA U” EN EL CAMPUS DE LA UNIVERSIDAD DE PAMPLONA**

MARIBEL CALDERON CONTRERAS

60.259.006

MARIO CONTRERAS ESTÉVEZ

18.939.372

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA - UNAD
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.
PROGRAMA DE TECNOLOGÍA EN GESTION COMERCIAL Y DE
NEGOCIOS
CEAD PAMPLONA.
2004.**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL RESTAURANTE
“DE LA U” EN EL CAMPUS DE LA UNIVERSIDAD DE PAMPLONA**

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar el título de
tecnólogos en gestión comercial y de negocios**

MARIBEL CALDERON CONTRERAS

60.259.006

MARIO CONTRERAS ESTÉVEZ

18.939.372

Directora:

YOLANDA GONZALEZ CASTRO

Administradora de Empresas

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA - UNAD
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.
PROGRAMA DE TECNOLOGÍA EN GESTIÓN COMERCIAL Y DE
NEGOCIOS
CEAD PAMPLONA.**

2004.

AGRADECIMIENTOS

A la UNAD por darnos la oportunidad y la facilidad para culminar satisfactoriamente nuestra carrera, a la doctora YOLANDA GONZALEZ por su gran apoyo, su gran intereses de colaboración, a la directora del proyecto a la profesora JULIA TERESA CAÑAS y sobre todo a mi gran amor: MARIO CONTRERAS ESTÉVEZ.

DEDICATORIA

Primero a Dios por la vida, la inteligencia, la fuerza de voluntad, y por llegar a ser lo que soy.

A mis padres con todo mi amor y agradecimiento, por traerme al mundo y guiarme por el buen camino y darme la mejor enseñanza y su colaboración para salir adelante aún estando fuera del hogar.

A mis hijos: Gilber Fair y Cristian Camilo, por su amor, su apoyo, su inspiración y sobre todo la comprensión.

A mi compañero Mario Contreras Estévez, porque sin su ayuda y su apoyo no sería lo mismo conseguir este triunfo.

Finalmente a mis amigos y amigas por su colaboración y apoyo

MARIBEL CALDERON CONTRERAS

DEDICATORIA

Inicialmente a Dios por la vida y la fuerza de voluntad para llegar a ser lo que soy.

A mis padres con todo mi amor y agradecimiento, por traerme al mundo y guiarme por el buen camino y darme la mejor enseñanza y su colaboración para salir adelante.

A mis hijos por su amor, apoyo y su gran comprensión.

Finalmente a mi compañera de tesis Maribel Calderón Contreras, por su gran apoyo y colaboración en esta etapa de mi vida.

MARIO CONTRERAS ESTÉVEZ

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	10
RESUMEN DEL PROYECTO	11
1. GENERALIDADES DEL PROYECTO	12
1.1.1. Localización	12
1.1.2. Medio social cultural	14
1.1.3. Medio económico	15
1.1.4. Medio tecnológico	16
1.1.5. Medio político legal	17
1.1.6. Medio ecológico	18
1.1.7. Conclusiones del estudio del entorno:	18
1.2.1. Formulación del problema	19
1.4.1. Objetivo General.	20
1.4.2. Objetivos Específicos	20
2. ESTUDIO DE MERCADO	22
2.1.1. Población:	22
2.1.2. Muestra:	22
2.1.3. Instrumento de recolección de información (encuesta):	23
2.9.1. Evolución histórica de la oferta:	40
2.9.3. Pronóstico de la oferta futura:	41
2.11.1. Evolución histórica de los precios.	44
2.11.2. Criterios y factores que permiten determinar los precios.	44
2.11.3. Proyección de los precios.	45
2.11.4. Precios en términos constantes.	46
2.12.1. La distribución del servicio:	46
3. ESTUDIO TÉCNICO	49
3.1.1. Variables que determinan el tamaño del proyecto:	49
3.1.2. Dimensiones del mercado:	50
3.1.3. Capacidad de financiamiento:	51
3.1.4. Tecnología a utilizada:	51
3.1.5. Disponibilidad de insumos:	52
3.1.6. Distribución geográfica del mercado:	52
3.1.7. Las estacionalidades y fluctuaciones:	52
3.1.8. Inflación, devaluación y tasas de interés:	53

3.1.9. Valoración del riesgo:	53
3.1.10. Capacidad inicial:	54
3.2.1. Macrolocalización:	54
3.2.2. Microlocalización:	54
3.3.1. Especificación y descripción de insumos:	55
3.3.2. Análisis del proceso productivo:	55
3.3.3. Productos principales, subproductos y residuos:	56
3.3.4. Programa de producción:	56
3.3.5. Selección y especificación de equipos	57
3.3.6. Identificación de necesidades de mano de obra:	57
3.4.1. Obras físicas:	57
3.5.1. Constitución jurídica de la empresa:	58
3.5.2. Estructura organizacional:	59
3.5.3. Funcionamiento de la organización.	59
4. ESTUDIO FINANCIERO	65
4.1.1. Inversión fija.	65
4.1.2. Costos operacionales.	68
4.1.3. Costos de administración.	75
4.1.4. Gastos de ventas.	76
4.3.1. Cálculo de capital de trabajo:	78
4.3.2. Presupuesto de inversiones.	79
4.3.3. Presupuesto de costos operacionales:	80
4.3.4. Presupuesto de gastos de venta:	80
4.3.5. Flujo neto de Caja con financiamiento:	82
5. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	84
5.1.1. Valor presente neto:	84
5.1.2. Tasa interna de retorno:	85
5.1.3. Relación Beneficio – Costo RB/C.	85
5.1.4. Análisis de sensibilidad.	85
5.2.1. Efectos como inversión:	86
5.2.2. Efectos sobre el medio ambiente:	87
6. PLAN DE IMPLEMENTACION	88
CONCLUSIONES GENERALES	89
BIBLIOGRAFÍA	90

LISTA DE CUADROS		Pág
1	Demanda Histórica del servicio de alimentación	37
2	Demanda actual	37
3	Demanda futura del servicio de alimentación	38
4	Oferta histórica del servicio de alimentación	38
5	Oferta actual	39
6	Oferta futura del servicio de alimentación	39
7	Tipo de demanda existente en el mercado	39
8	Evolución histórica de los precios	41
9	Proyección de precios	42
10	Precios en términos constantes	43
11	Oferta del restaurante de la U 2005- 2009	45
12	Oferta del restaurante de la U 2005- 2009	46
13	Discriminación de la oferta según consumo	46
14	Oferta anual de servicios de alimentación	47
15	Programa de producción 2005	52
16	Equipos de cocina	53
18	Muebles de cocina	62
19	Muebles de comedor	62
20	Dotación de cocina	63
21	Nomina	64
22	Nómina proyectada	65
23	Mano de obra por tarea	65
24	Mano de obra temporal proyectada	65
25	Costos de materia prima	66
26	Costos de insumos	67
27	Costos de insumos proyectados	67
28	Gastos generales	67
29	Depreciación de equipos de cocina	68

30	Depreciación Muebles de cocina	68
31	Depreciación Muebles de comedor	69
32	Depreciación de dotación de cocina	69
33	Depreciación consolidada	70
34	Honorarios Contador	70
35	Arrendamiento del local	70
36	Amortización de crédito	70
37	Publicidad y promoción	71
38	Ingresos por ventas y determinación de precio	72
39	Ingresos proyectados	73
40	Punto de equilibrio	74
41	Capital de trabajo	75
42	Presupuesto de inversión	75
43	Gastos operacionales	76
44	Gastos de ventas	76
45	Flujo neto de caja con financiamiento	77
46	Estado de resultados	78
47	Valor presente neto	79
48	Tasa interna de retorno	80
49	Relación beneficio costo	80
50	Análisis de sensibilidad con reducción de ventas	81
51	Análisis de sensibilidad con incremento de costos	81

INTRODUCCIÓN

El crecimiento de la Ciudad de Pamplona está estrictamente ligado con el crecimiento de la Universidad de Pamplona, esto ha traído una serie de retos para los habitantes de nuestra ciudad, pero también problemas por falta de planificación y direccionamiento de nuestro municipio.

Uno de estos problemas es la nutrición y específicamente la alimentación de los estudiantes que de acuerdo con una serie de entrevistas, diálogos informales y encuestas no satisfacen las necesidades básicas nutricionales.

Este estudio apunta a determinar la posibilidad de instalación en la ciudadela universitaria un restaurante que cumpla con los requerimientos técnicos, logísticos, nutricionales y de higiene que nos permita prestar un servicio eficiente y eficaz a los alumnos, profesores, administrativos y visitantes a un bajo costo y en un ambiente agradable.

Para la puesta en marcha de nuestro proyecto se contará con la participación de la Universidad de Pamplona e inversionistas privados.

RESUMEN DEL PROYECTO

El desarrollo del proyecto Estudio de factibilidad para el montaje de un restaurante en el campus universitario de la Universidad de Pamplona, ha permitido determinar varios aspectos interesantes en el mercado de la alimentación y la nutrición, entre ellos posiblemente el mas destacable se refiere a la inconformidad de los estudiantes por la alimentación que se esta recibiendo, lo anterior permite presentar un estudio y hacer una propuesta de solución a esta situación.

En la región existen las condiciones ideales para el establecimiento de este tipo de empresas ya que esta es una zona eminentemente agrícola, favorecida con la variedad de climas y con una demanda insatisfecha en lo referente al segmento estudiantil que alcanza el 60% de los estudiantes que adquieren la alimentación, además la zona cuenta con los recursos en su infraestructura permitiendo el desarrollo de las actividades de la empresa de manera satisfactoria y solvente.

Posiblemente uno de los aspecto mas destacables dentro de la iniciativa de creación del restaurante es su viabilidad económica, lo cual muestra una rentabilidad global para los primeros 5 años de operación de 338%, y resistencia a condiciones adversas considerando 32 semanas de pleno funcionamiento y 14 semanas a un 10% de la demanda pretendida, además este proyecto presenta beneficios sociales en aspectos relacionados con la generación de empleo y la dinamización de la economía dados los volúmenes de alimentos que son necesarios y los diferentes bienes y servicios necesarios para prestar el servicio.

1. GENERALIDADES DEL PROYECTO

1.1. DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO DEL MUNICIPIO DE PAMPLONA

Pamplona, fundada el 1 de noviembre de 1549, por Pedro de Ursúa y Ortún Velasco de Velásquez. Antiguamente habitada por los indios Rabichas, con el descubrimiento se dio desarrollo al mestizaje dando origen al actual poblador Pamplonés.

Denominada inicialmente como NUEVA PAMPLONA DEL VALLE DEL ESPIRITU SANTO. Obtuvo el título de ciudad en el año 1555. En la época colonial fue la tercera gran ciudad del oriente de Nueva Granada

Conocida históricamente como fundadora de ciudades, al servir de sitio de planificación e inicio de expediciones que permitieron la conquista de nuevos territorios y la creación de nuevas áreas urbanas.

1.1.1. Localización

El municipio de Pamplona se encuentra ubicado a 68 kilómetros de la capital del departamento) tiene una altura de 1.277 m. sobre el nivel del mar y la máxima de 2.287 metros sobre el nivel del mar así mismo, sus temperaturas son: Máxima 23°C y mínima 13°C.

Limites

El municipio de Pamplona limita con las siguientes localidades: Pamplonita, Chitagá, Cácuta, Cucutilla, Toledo, Labateca, Silos y Mutiscua.

Clima

La temperatura mínima absoluta registrada es de 13°C la media normal de 17°C y la máxima de 26°C. Pamplona tiene pues muy buen clima.

Vegetación

Dada la problemática ecológica en relación con el manejo del medio ambiente tanto como rural como urbano, se hace necesario buscar un desarrollo con criterios ecológicos. Algunas especies son: Ciprés, pino pátula, eucalipto, nogal acacia y frutales.

Datos Geográfico

Extensión	318 km ²
Población	53.724 habitantes
Temperatura Promedio	14°
Río Principal:	Pamplonita
Altura sobre el nivel del mar	2.287 Metros
Fecha de fundación:	Noviembre 1 de 1549

1.1.2. Medio social cultural

Pamplona cuenta aproximadamente con 7 preescolares, 21 escuelas de primaria algunas con preescolar; 13 colegios, 1 universidad, 3 centros de validación, 3 centros de capacitación no formal y un seminario mayor.

En su mayoría las personas oriundas de la región le han restado importancia para adelantar estudios profesionales pese a las diversas ventajas educativas con las que se cuenta. Estas oportunidades han sido aprovechadas por personal proveniente de otras regiones.

La ciudad conserva su arquitectura colonial. Por la antigüedad y los tesoros artísticos con que cuenta son dignos de atención e interés turístico para la ciudad sus templos como la del Señor del Humilladero, La Catedral, La Ermita de las Nieves (Siendo la más antigua del departamento), otros establecimientos como La Casa Colonial, El Museo de Arte Religioso, Museo Casa Anzoátegui y el Museo de Arte Moderno Ramírez Villamizar.

Proyectándose como centro generador de cultura realiza exposiciones de artistas de renombre nacional, además cursos de iniciación en el arte para estudiantes de primaria y secundaria, cursos de idiomas con el patrocinio de la Universidad de Pamplona, y el desarrollo de talleres del programa “Puerta del Arte”.

Vale la pena destacar el empuje realizado por el rector actual de la Universidad de Pamplona a su institución, promoviéndola en el ámbito nacional e internacional logrando intercambios culturales con España.

1.1.3. Medio económico

En la ciudad no existen grandes industrias. Las que hay solo alcanzan el nivel artesanal y muy pocos establecimientos podrían llamarse fabriles.

El comercio en la ciudad varía de tiendas y graneros a prendas de vestir y mercancías en general. Esta renglón vivió las épocas de abundancia del turista venezolano, hoy por hoy está más solidificado y organizado.

En los últimos años se ha incrementado la producción de tejidos y alimentos (dulces, colaciones, etc.) la ciudad ha tenido en toda su existencia famosas panaderías y bizcocherías de gran renombre entre las que sobresalen: la familia Chávez y familia Cabeza.

En el pasado sobresalieron como industrias de la ciudad: Molinos del Zulia, la Harinera Pamplona, ladrilleras, Pisos y Mármol Interpisos, Baldosines Amatista, Cervecería y Gaseosas Parra, Cervecería y Gaseosas Navarro quienes comercializaron la famosa cola favorita. Esta última fue organizada por Pedro José Cortes, en 1923.

Producción Agrícola.

La característica principal de la producción agropecuaria es el minifundio, con productos propios de Clima frío y sin mayor tecnificación. Según la Secretaria de Agricultura la producción anual se registró así: frijol tradicional (48 ton), papa criolla (8.200 ton), zanahoria (23 ton), ajo (115 ton), maíz (60 ton), arracacha (650 ton), curuba (103 ton), morón (70 ton) y fresa (250 ton).

Producción Minera.

Aunque esta actividad no se encuentra muy desarrollada, se localizan algunos yacimientos de carbón mineral. Al sur, en el páramo de Alto Grande) a 15 kilómetros de la cabecera Municipal en la vía que conduce a Bucaramanga se encuentra una mina de carbón. Ver anexos

Producción Pecuaria.

Según la secretaria de Agricultura durante el segundo semestre del año 2001, en Pamplona se obtuvo el siguiente censo en las diferentes clases de ganado así: Bovino machos 1.990, hembras 5.110, ceba integrado 455, doble propósito 8.190, vacas en ordeno 1.100, producción de leche diaria en litros 3.850) numero de litros de leche por semestre 702.625 y un área en pastos de 10.305 hectáreas.

1.1.4. Medio tecnológico

Debido al poco auge y promoción de las empresas en ramas diferentes a los productos alimenticios, no se ha incrementado la tecnología, en sus formas de elaboración emplean procedimientos manuales en su mayoría; por tanto resultan poco competitivas en el mercado. Existe un número muy reducido donde se han implementado procesos industriales. A pesar de lo expuesto anteriormente, parte de la producción de tejidos es trasladada a Medellín, donde se realiza la exportación.

En el agro las instituciones encargadas de mejorar la tecnología han encontrado dificultades por ausencia de recursos para fomentarla y la

mentalidad del campesino, por el mejoramiento de la producción y el nivel de vida.

1.1.5. Medio político legal

Pamplona cuenta con oficinas como:

La Alcaldía y la Secretaría Municipal de Planeación, quien es la encargada de aprobar los planes de desarrollo de vivienda urbana, adecuación de viviendas en el ámbito rural y urbano, y el desarrollo de obras civiles en toda la región. Concede los permisos para construcción.

UMATA, encargada de asesorar el desarrollo integral campesino.

CORPOICA, dedicada a investigaciones especializadas en el campo agrícola.

Quienes permiten completar y realizar el desarrollo de cualquier proyecto de inversión pública aprobado por la administración municipal.

Entre las entidades crediticias para el sector agrario contamos con el Banco Agrario de Colombia, para crédito microempresarial y comercial el Banco Bogotá y Banco Popular, y para proyectos de vivienda de interés social Granahorrar.

IFINORTE, Cámara de Comercio, Oficina de Planeación Departamental, Red de Solidaridad, FENALCO, CAMACOL, ACOPI, FENALCE, COTELCO, ANUC, Corporación Mixta para el desarrollo del Norte de Santander y CORPONOR, ayudan a la creación de nuevas empresas.

Las entidades como Cámara de Comercio y SENA, se han esmerado por fortalecer y promover las empresas alimenticias, mediante la implantación de “La Feria del Dulce y La Colación”, realizada en fechas de gran flujo turístico en la ciudad.

Con respecto a lo político administrativo, el municipio no cuenta con recursos y personal idóneo en su nómina, como consecuencia de la burocracia reinante.

1.1.6. Medio ecológico

Existen en la ciudad las entidades de CORPONOR, encargada de adelantar programas de arborización y conservación de las cuencas, especial énfasis en el nacimiento y lecho del Río Pamplonita.

EMPOPAMPLONA S.A. E.S.P, encargada de recolectar y distribuir las basuras en el relleno sanitario de “CORTADA”.

Las entidades mencionadas se esmeran por idear políticas de control y preservación del medio ambiente, igualmente vigilan y promocionan en las diferentes empresas que sus políticas se desarrollen y se cumplan.

1.1.7. Conclusiones del estudio del entorno:

En general el medio se compone de la diversidad de la región y se destaca en especial el ámbito educativo que se ha venido convirtiendo en el motor de progreso de la ciudad, dentro de los aspectos que requieren la atención esta el alimentario de esta población estudiantil, lo cual se convierte en una

necesidad que pide ser atendida y que se precisará en los siguientes estudios.

1.2. PROBLEMÁTICA ENCONTRADA.

En la ciudad de Pamplona se viene presentando un incremento paulatino de la población estudiantil, esta requiere la atención en diferentes aspectos y entre ellos la alimentación, se hace necesario brindar una alimentación que reúna las condiciones mínimas y que den con los requerimientos nutricionales necesario para el adecuado desempeño del estudiante, las opciones ofrecidas en el mercado de la oferta alimentaria muestran deficiencias de calidad y salubridad.

1.2.1. Formulación del problema

¿Será posible presentar una oferta de alimentación de calidad que tenga viabilidad económica y permita atenuar las deficiencias existentes en el campo de la nutrición de la población estudiantil?

1.3. JUSTIFICACIÓN

El crecimiento de la población universitaria ha rebasado las expectativas de la comunidad Pamplonesa. Esto ha llevado a que se presenten una serie de problemas que requieren una inmediata solución. La problemática que se abordará en el proyecto es la oferta de servicio alimentario, representada en una mala nutrición de las personas que se están educando o trabajando en la universidad, por la carencia de sitios que cumplan con los estándares de

calidad para la manipulación, preparación de alimentos y balanceo nutricional de los mismos.

En la actualidad hay entre 160 y 200 establecimientos, hospedajes, casas de familia que prestan el servicio de restaurante, los promedio de oportunidad tienen rangos que van entre 3, 5, 8, 12, 20 y 30 estudiantes, teniendo en cuenta la capacidad instalada para realizar la oportunidad y la disponibilidad de tiempo del dueño de casa. Esto nos permite concluir que la oportunidad de generar empresa en esta oportunidad de lo económico no se ha tomado en cuenta por los pamploneses y desaprovechando la oportunidad de generar empleo calificado y muy bien remunerado.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo General.

Determinar la factibilidad para el montaje de un restaurante estudiantil en la Universidad de Pamplona.

1.4.2. Objetivos Específicos

Reconocer el entorno de la ciudad a fin de determinar el estado general de la zona.

Realizar un estudio de mercado que nos lleve a determinar el real estado de la demanda y oferta en los aspectos alimentarios, mediante la aplicación de instrumentos de recolección de información y su posterior análisis estadístico.

Determinar los requerimientos técnico administrativo para el montaje y funcionamiento de un restaurante en el campus universitario de la Universidad de Pamplona.

1.6. ALCANCES DEL PROYECTO

Existe una delimitación que permite establecer algunos límites para el desarrollo de esta fase de determinación de la factibilidad como son, el segmento objetivo que esta compuesto fundamentalmente por estudiantes, profesores y comunidad educativa.

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

2.1.1. Población:

Para efectos de la realización del estudio estadístico se tomará como base la población universitaria de alumnos la cual es el componente fundamental del proyecto. Según la información de registro y control académico para el año 2003 este valor de 10.545.

2.1.2. Muestra:

Para conocer el tamaño de la muestra a la cual se deberá aplicar el instrumento aplicado se recurre a la formula estadística que permite determinar este valor:

$$n = \frac{4 P Q N}{(N - 1)e^2 + 4 PQ}$$

POBLACION Z = 10.545; PROBABILIDAD DE ÉXITO P = 50%; PROBABILIDAD DE FRACASO Q = 50%; ERROR e = 5%

n = 385 personas

2.1.3. Instrumento de recolección de información (encuesta):

La encuesta que fue aplicada con el fin de obtener información que permita un análisis eficiente del mercado.

Aplicada a estudiantes de la universidad de Pamplona.

Encuesta

Le agradecemos su sincera colaboración, para suministrar la siguiente información.

- **¿Compra Usted su alimentación diaria? SI ____ NO ____.**
Si respondió **NO**, omite contestar las preguntas que siguen.
- **¿Considera usted la calidad nutricional de la alimentación que adquiere?**
 - Excelente
 - Buena
 - Regular
 - Mala
- **¿Toma Usted en su alimentación:**
 - Las tres comidas del día
 - Desayuno y almuerzo
 - Almuerzo y cena
 - Desayuno y cena

Si su respuesta es **a** la pregunta 4, si es **b ó c** a la 5, si es **d** pase a la 6.

- **¿Que valor cancela mensualmente sus tres comidas diarias?**
 - ____ Entre \$ 90.000 y \$120.000
 - ____ Entre \$ 120.000 y \$150.000
 - ____ Entre \$150.000 y \$180.000
 - ____ Mas de \$180.000.

Pase a la pregunta 7

- **¿Que valor cancela mensualmente sus dos (2) comidas (desayuno-almuerzo) ó (almuerzo- cena)?**
 - ___ Entre \$ 50.000 y \$80.000
 - ___ Entre \$ 80.000 y \$100.000
 - ___ Entre \$100.000 y \$150.000
 - ___ Más de \$150.000.

Pase a la pregunta 7

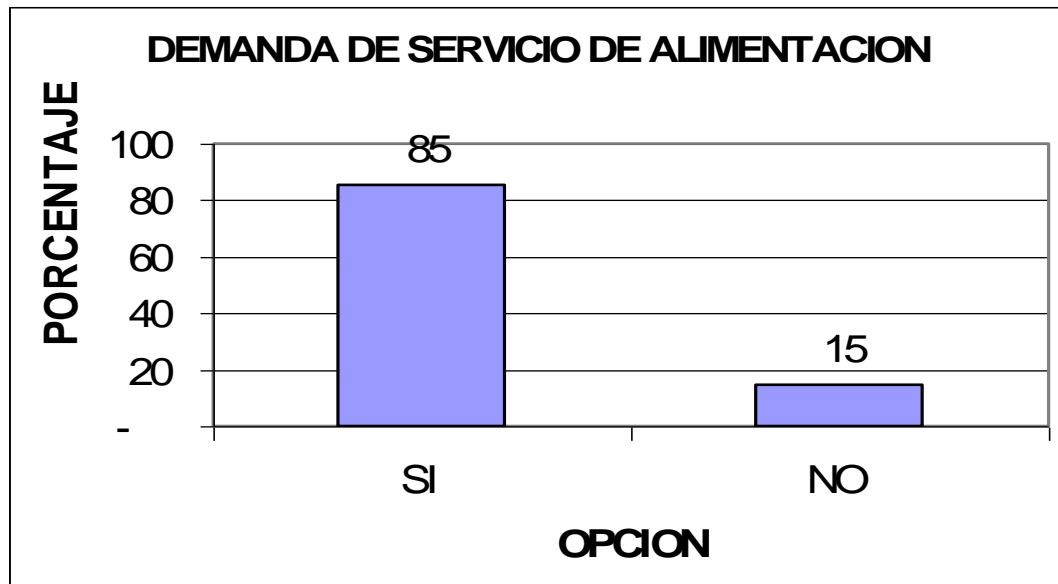
- **¿Que valor cancela mensualmente por desayuno y cena?**
 - ___ Entre \$ 50.000 y \$ 75.000
 - ___ Entre \$ 75.000 y \$ 90.000
 - ___ Entre \$ 90.000 y \$120.000
 - ___ Más de \$120.000.
- **¿Dónde adquiere la alimentación?**
 - ___ Casa de familia
 - ___ Restaurante
 - ___ Plazas de Mercado
- **¿Que incremento de precio ha observado usted del año pasado a este?**
 - ___ \$ 10.000
 - ___ \$ 15.000
 - ___ \$ 20.000
 - ___ Mas de \$ 20.000
- **¿Que tipo de alimentación prefiere?**
 - ___ Comida andina.
 - ___ Comida Costeña.
 - ___ Valluna.
 - ___ Llanera.

- ____ Variada.

2.1.4. Análisis de los resultados estadísticos.

1. ¿Compra Usted su alimentación diaria?

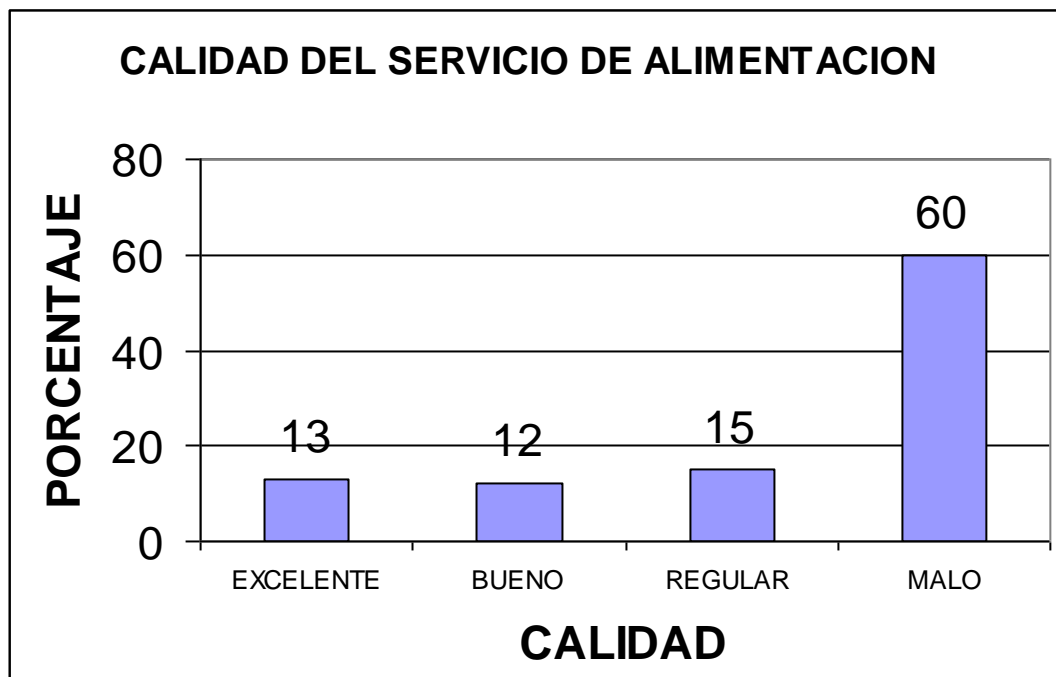
OPCIONES	SI	NO
PORCENTAJE	85	15



El 85% o sea 8984 personas de la población estudiantil adquiere su alimentación, y el 15% es decir 1561 no cancelan por este servicio o preparan sus alimentos directamente.

2 ¿Considera usted la calidad nutricional de la alimentación que adquiere?

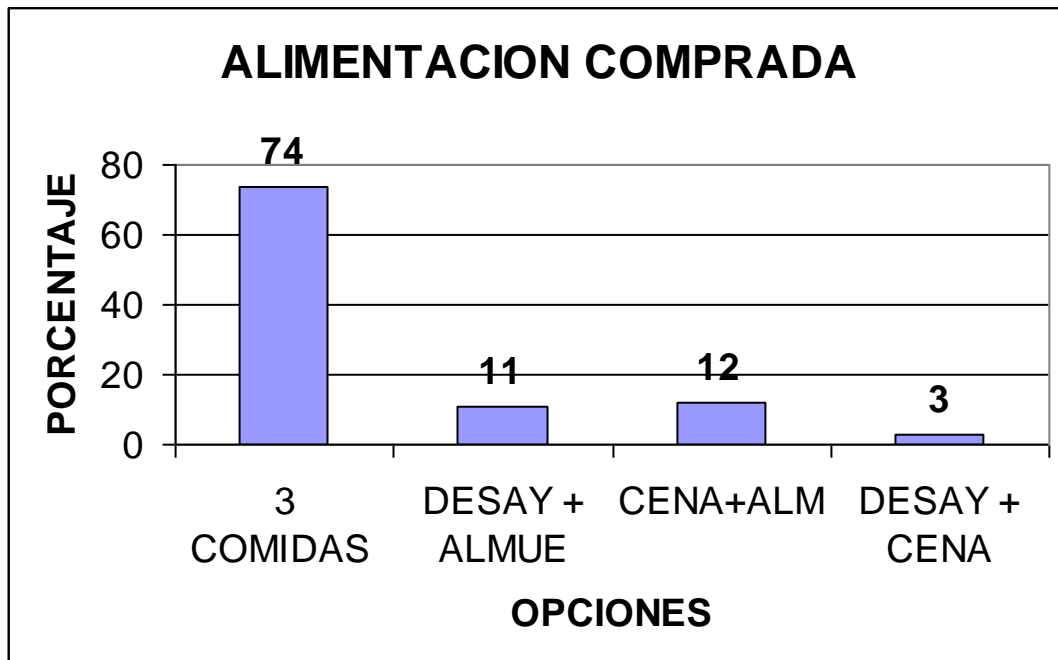
OPCIONES	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
PORCENTAJE	13	12	15	60



Tomando como base el valor obtenido en la pregunta anterior (8984) se tiene que el 13% de la población considera que el servicio es excelente, el 12% bueno, el 15% regular y el 60% que es malo, es decir 5390 estudiantes.

3 ¿Toma Usted en su alimentación?:

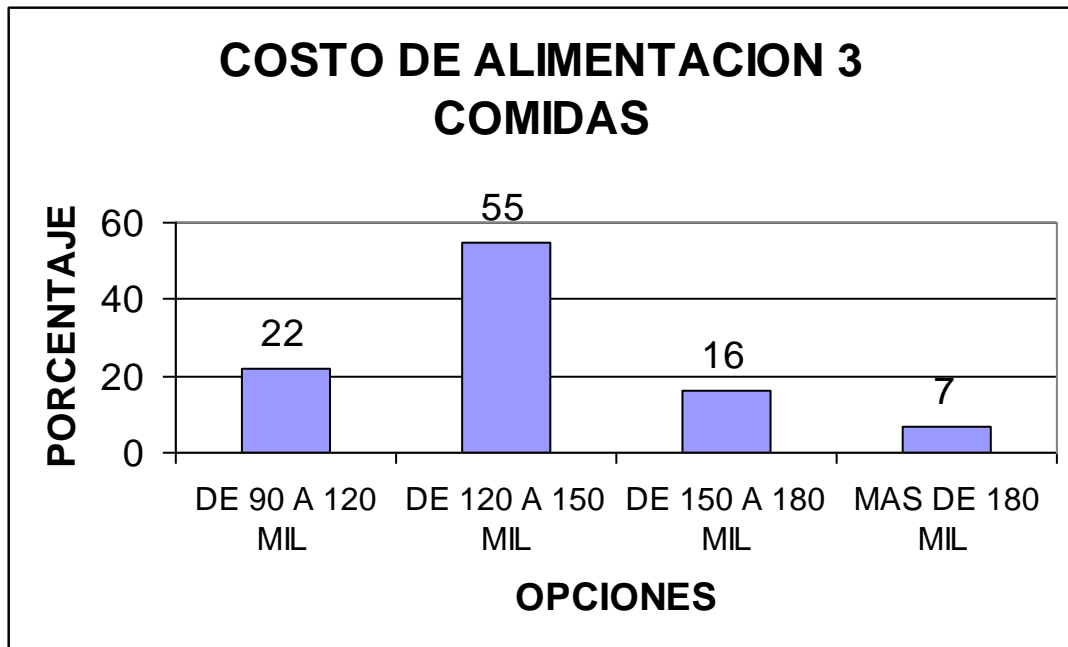
OPCIONES	3 COMIDAS	DESAY + ALMUE	CENA + ALM	DESAY + CENA
PORCENTAJE	74	11	12	3



El 74% de los estudiantes toman las tres comidas, es decir, unos 6648, mientras que el 12% toman el almuerzo y la cena, correspondiente a 1078 personas, el 11% toman almuerzo y desayuno, es decir 988, y solo 270 personas toman el desayuno y la cena, lo cual equivale a un 3% de la población.

4 ¿Que valor cancela mensualmente sus tres comidas diarias?

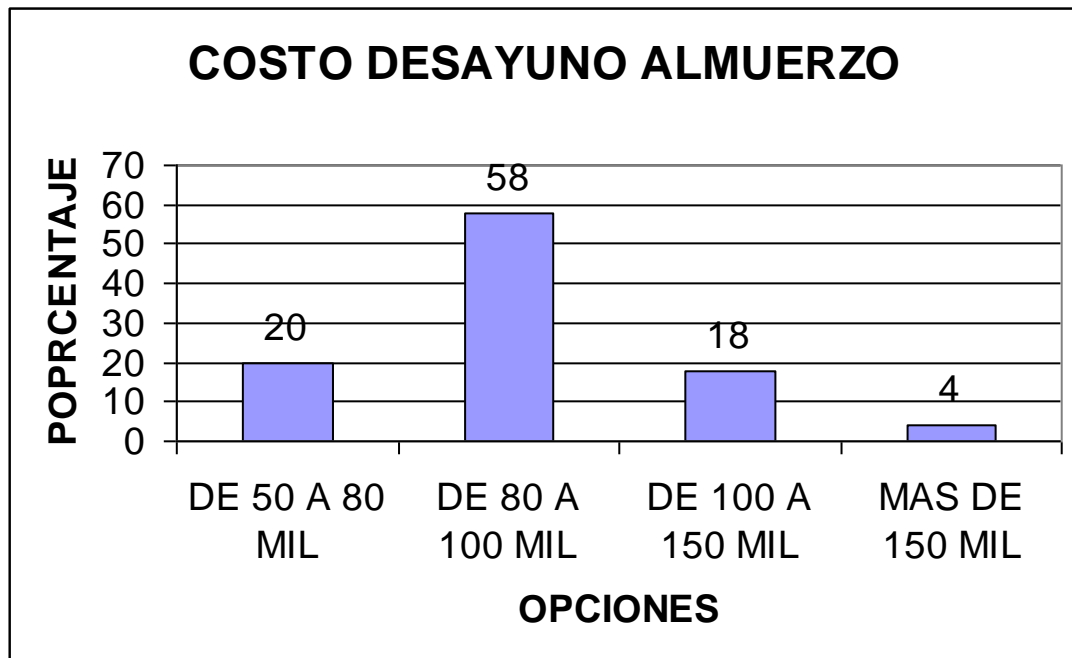
OPCIONES	DE 90 A 120 MIL	DE 120 A 150 MIL	DE 150 A 180 MIL	MAS DE 180 MIL
PORCENTAJE	22	55	16	7



Para los 6648 estudiantes que toman alimentación con tres comidas los costos están determinados de la siguiente manera, para el 55% el costo entre 120.000 y 150.000 pesos, para el 16% el costo oscila entre 150.000 y 180.000 pesos, el 22% cancela valores entre 90.000 y 120.000 pesos y solo el 7% cancelan valores superiores a 180.000 pesos.

5. ¿Que valor cancela mensualmente por dos comidas (desayuno y almuerzo) ó (almuerzo cena)?

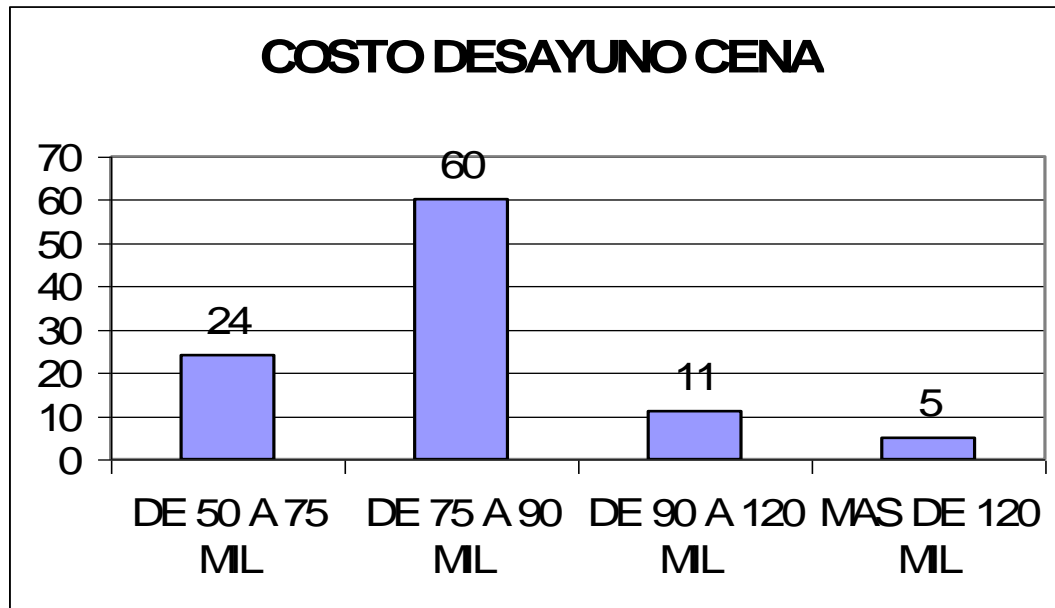
OPCIONES	DE 50 A 80 MIL	DE 80 A 100 MIL	DE 100 A 150 MIL	MAS DE 150 MIL
PORCENTAJE	20	58	18	4



Para quines toman dos comidas, el desayuno y almuerzo ó la cena y al almuerzo, se tiene que el 58% cancela entre 80.000 y 100.000 pesos, el 20% entre 50.000 y 80.000 pesos, el 18% entre 100.000 y 150.000 pesos y solo el 4% cancela más de 150.000 pesos.

6. ¿Que valor cancela mensualmente por desayuno y cena?

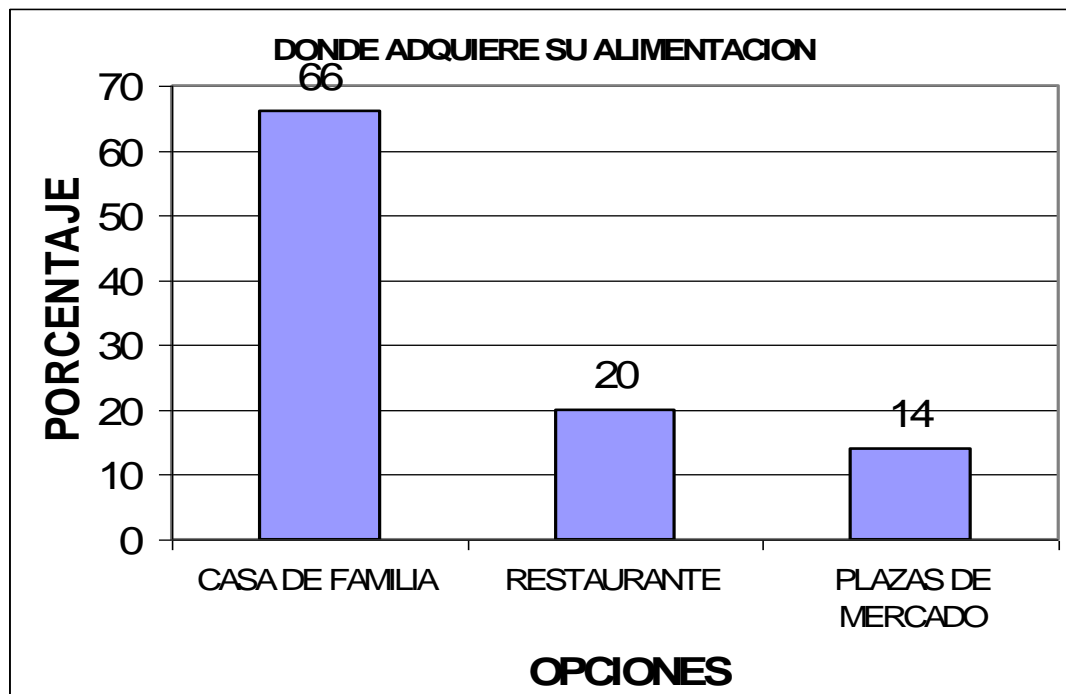
OPCIONES	DE 50 A 75 MIL	DE 75 A 90 MIL	DE 90 A 120 MIL	MAS DE 120 MIL
PORCENTAJE	24	60	11	5



De los estudiantes que solo toman desayuno y cena se encuentra que cancelan valores por este servicio de la siguiente manera: El 60% cancelan entre 75.000 y 90.000 pesos, el 24% entre 50.000 y 75.000 pesos, el 11% cancelan entre 90.000 y 120.000 pesos y solo un 5% pagan valores superiores a los 120.000, tomando como base los 270 estudiantes que manejan este modo de alimentación.

7 ¿Dónde adquiere la alimentación?

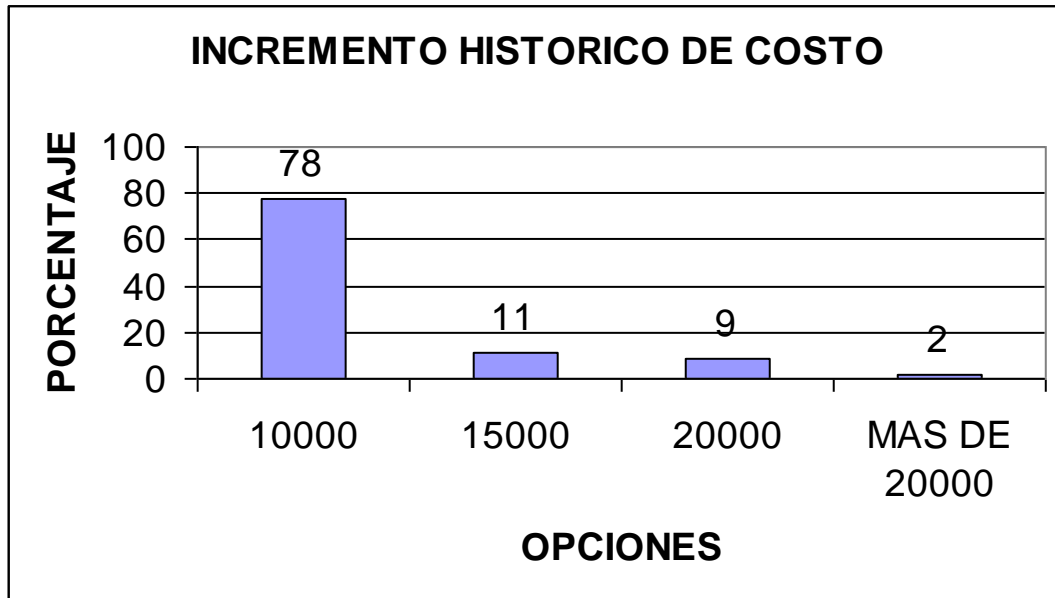
OPCIONES	CASA DE FAMILIA	RESTAURANTE	PLAZAS DE MERCADO
PORCENTAJE	66	20	14



De los 8489 estudiantes que adquieren su alimentación en la universidad, el 66% lo hacen en casas de familia (6924), el 20% (1757) en restaurantes y el 14% (1258) en plazas de mercado.

8 ¿Que incremento de precio ha observado usted del año pasado este?

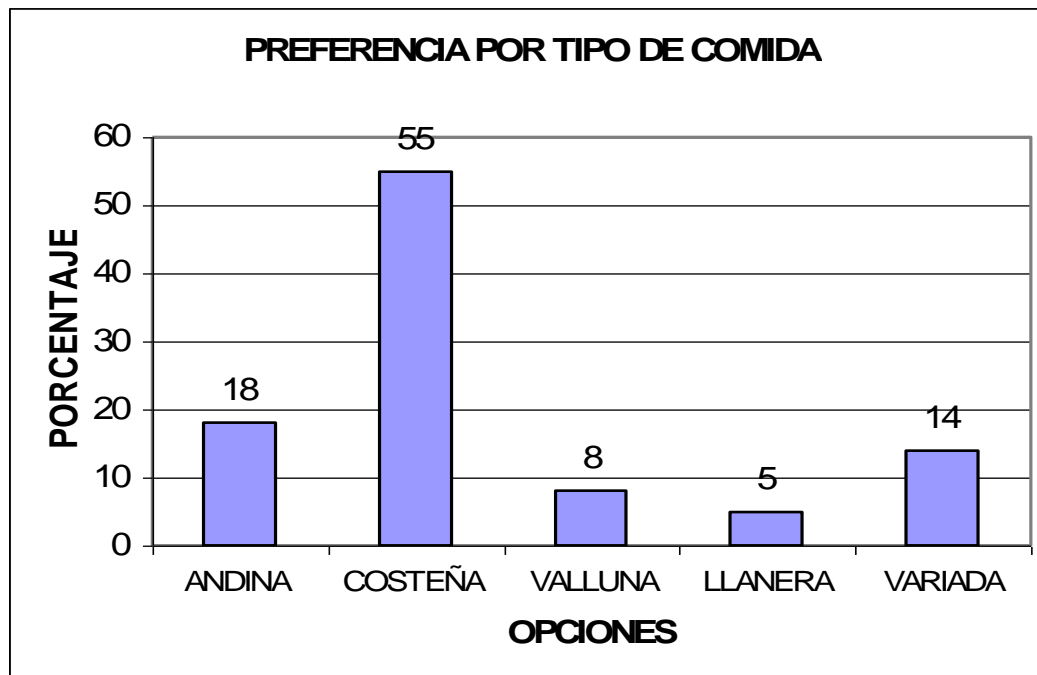
OPCIONES	10000	15000	20000	MAS DE 20000
PORCENTAJE	78	11	9	2



Los incrementos que sean presentado en al valor de la alimentación en los últimos años están determinados de la siguiente forma: el 78% (7.008 estudiantes) afirman que los aumentos han estado alrededor el 10.000 pesos anuales, el 11% (988) afirman que han estado por el valor de 15.000 pesos, el 9% (809), manifiestan que los incrementos han sido de mas de 20.000 pesos y solo un 2% (180) consideran que ha sido mayor a 20.000 pesos.

9 ¿Que tipo de alimentación prefiere?

OPCIONES	ANDINA	COSTEÑA	VALLUNA	LLANERA	VARIADA
PORCENTAJE	18	55	8	5	14



Los tipos de alimentación son muy variados al igual que los gustos de los estudiante, se manifiesta de acuerdo a lo indicado que el 55% de la población estudiantil gusta de la comida costeña por su mismo origen, es decir unos (4.941 personas), el 18% de la comida andina (1.617), el 8% por la comida valluna (719), el 5% la comida llanera (449) y les gusta la diversidad en las comidas al 14% es decir unos 1258 estudiantes.

2.2. IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACION DEL SERVICIO.

El servicio que se quiere prestar es el de alimentación por mensualidad para estudiantes, buscando un balanceo de las dietas, el mayor aprovechamiento posible de las cosechas de la región y procurando dentro de la variedad complacer a los clientes en el tipo de comida que allí se sirve, para el efecto se ubicara un restaurante en el campus universitario de la universidad de Pamplona con el fin de hacerlo más accesible a todos

Este es un servicio para el consumo permanente por parte de la comunidad, principalmente en las temporadas en que los estudiantes se encuentran en la ciudad, procurando manejar tanto la calidad higiénica como culinaria a fin de posicionarlo adecuadamente en la ciudad y que en el futuro permita el acceso a la totalidad de la comunidad pamplonesa (largo plazo).

El mayor beneficio que se puede obtener con este restaurante se vera representado en la buena salud de los usuarios y en la satisfacción de los mismos al utilizar estos servicios.

El proyecto brindará a los estudiantes de escoger en este sitio, los servicios de alimentación que con calidad total como eslogan prestara el restaurante a los estudiantes o usuarios. Se ofrecerán comidas típicas nacionales con el fin de satisfacer a los estudiantes foráneos y se competirá con precios

2.3. USOS DEL PRODUCTO

El servicio tiene un uso alimenticio en horas de desayuno, almuerzo o cena, ya sea directamente el local o para ser llevado a otro sitio.

2.4. OTROS ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DEL SERVICIO.

La atención es algo muy importante en la prestación de este tipo de servicios lo cual será una prioridad, de la misma forma que se requieren para los operativos cursos de manipulación de alimentos, también es necesario que todos dominen aspectos importantes de atención al cliente y fidelización del mismo.

La prestación del servicio será de óptima calidad ya que se contará con personal calificado para desarrollar dichas labores, un sitio adecuado y sobre todo el objetivo principal, servirle al cliente con calidad total.

2.5. PRODUCTOS SUSTITUTOS Y/O COMPLEMENTARIOS

Los servicios alimentarios presentan gran diversidad en el mercado y están determinados por los gustos de las personas, por ello existen muchas posibilidades de sustitución de las comidas tradicionales, como son las comidas rápidas, las pizzas, lasañas y otras, las cuales se consumen con menor frecuencia que la alimentación tradicional

Porciones establecidas para el menú diario: Los insumos utilizados para este servicio son de fácil manejo para su transformación o proceso de preparación con destino al usuario final.

2.6. DESCRIPCIÓN DEL CONSUMIDOR (USUARIO)

Los estudiantes que residen en Pamplona y que adicionalmente habitan lugares distantes, también esta dirigido a satisfacer las necesidades del

servicio de alimentación de la comunidad universitaria, empleados, establecimientos educativos épocas de grados, despedidas, fechas especiales y visitantes o turistas en general aunque el consumidor prioritario es el estudiante.

Se tratará en la medida de las posibilidades de establecer un equilibrio entre los requerimientos nutricionales de los estudiantes y el costo de el servicio con el fin de hacerlo viable y mantener la calidad de los platos ofrecidos.

El restaurante contara con clientes de las siguientes características: estudiantes de todas las regiones del país especialmente de la costa Atlántica por ser este el índice más alto en la población estudiantil, estudiantes de otras regiones y estudiantes de la provincia y ciudad de Pamplona incluso, adicionalmente trabajadores de planta de la universidad, profesores y visitantes de la institución. Beneficia de igual manera a los estudiantes oriundos de este municipio ya que por lo apartado de la universidad de algunos barrios no tienen que hacer el desplazamiento hacia su residencia obteniendo el beneficio de la pérdida de tiempo y el pago de transporte, igualmente no habrá diferenciación para su utilización de tipo sexual, racial, educativo, profesional, religioso, etc.

2.7. DELIMITACION Y DESCRIPCIÓN DEL MERCADO

2.7.1. Delimitación del área geográfica:

La zona geográfica que atiende el proyecto esta determinada por la residencia de los potenciales consumidores, por ello se asume la ciudad de Pamplona en su casco urbano ya que allí se encuentran residenciados en los diferentes barrios.

2.7.2. Descripción y condiciones de infraestructura:

De acuerdo a las condiciones particulares de la ciudad y a las necesidades que se presentan en ella, es importante observar que el restaurante es privilegiado por encontrarse en una zona productora de verduras y frutas de altísima calidad y por estar rodeado de otras regiones donde se obtienen productos necesarios para la dieta de los estudiantes como son las carnes, plátanos y otros.

La zona cuenta con las vías apropiadas, las redes de telecomunicaciones, emisoras, vehículos de servicio público, servicios de acueducto y alcantarillado, telefonía y energía eléctrica necesaria para los procesos de refrigeración.

2.7.3. Identificación y análisis de variables específicas

Existen varios factores que pueden afectar el desarrollo de la iniciativa de empresa, una de ellas son las temporadas estudiantiles lo cual deja unos vacíos por temporadas, la segunda son las variaciones en los precios de las materias primas determinados básicamente por la oferta de estos productos en el mercado, en la elaboración habrá que considerar estos factores y buscar la manera de minimizar su efecto sobre el proyecto

2.7.4. Descripción de características de la población:

En la zona se encuentran asentados unos 10.545 estudiantes de la universidad, esto según los datos de la Universidad para 2003, allí se ha

establecido un incremento semestral aproximado de 2500 estudiantes por anualmente y un egreso de los mismos por graduación y deserción de 800 estudiantes lo que en forma global muestra un incremento real de 1.700.

2.7.5. Definición de estrategias de generalización y segmentación:

La segmentación en general que se ve dentro de esta tipo de población estudiantil muy diversa pero se puede encerrar bajo su condición de estudiantes de la universidad, empleados o personas relacionadas con la institución.

2.8. COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA DEL PRODUCTO

2.8.1. Evolución histórica de la demanda:

La demanda del los servicios de alimentación estudiantil esta basada en los datos obtenidos por el estudio estadístico descrito y analizado anteriormente según ellos las personas que en la ciudad actualmente manifiestan el consumo de los servicio de alimentación por mensualidad y se encuentra que el 85% de la población universitaria, es decir 8984 estudiantes que requieren el servicio y que en este caso son clientes potenciales de la empresa, según esto y considerando el grado de crecimiento determinado por la universidad en su oficina de registro y control académico se hará con esta un calculo a los años anteriores al 2003, así:

Se reduce en cada unos de los años retrospectivamente el valor de 1700 estudiantes, según lo visto anteriormente. (2.7.4.), este valor es drástico dada la apertura de nuevas carreras y la rápida popularización de la universidad en el ámbito nacional y regional.

DEMANDA HISTORICA DE SERVICIO DE ALIMENTACION				
1.999	2.000	2.001	2.002	2.003
3.204	4.649	6.094	7.539	8.984

Cuadro 1 Fuente: Los autores. Según encuesta

2.8.3. Análisis de la demanda actual:

Según lo ya expresado para el año 2003 se tiene una demanda equivalente al 85% de la población estudiantil total de la universidad de Pamplona y de acuerdo a las demás informaciones aportadas por la oficina de registro y control académico se dará un incremento de 1700 estudiantes por semestre, de los cuales el 85% tomaran alimentación por mensualidad (1445 por semestre), este comportamiento es esperado hasta el año 2006 donde la población universitaria presencial lograra su estabilidad.

Según esto y de acuerdo a este incremento se da para 2004 una demanda de:

DEMANDA ACTUAL
2004
10.429

Cuadro 2 Fuente: Los autores 2004, Según encuesta

2.8.4. Pronóstico de la demanda futura:

La demanda que se pronostica para los próximos 5 años logra estabilizarse del crecimiento estimado por la universidad de Pamplona, dado que para el 2006 se estarán graduando personas de todos los programas establecidos, así el ingresos compensará el egreso y las deserciones que se presentan, para el efecto solo se propone un aumento del 1 por ciento anual.

DEMANDA FUTURA DE SERVICIO DE ALIMENTACION				
2.005	2.006	2.007	2.008	2.009
11.874	13.319	13.452	13.587	13.723

Cuadro 3 Fuente: Los autores, Según encuesta

2.9. COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA DEL PRODUCTO

2.9.1. Evolución histórica de la oferta:

La oferta de los servicios de alimentación se da en casa de habitación, restaurantes y en los locales instalados para tal fin en las plazas de mercado de la ciudad, como son el mercado cubierto, el mercado la esperanza, el mercado nuevo y el mercado Verona, aunque hay que comprender que las personas que se encuentran en la ciudad actualmente no hay conformidad con el servicio ya que el 60% lo considera malo y el 15% regular, lo que para el 2003 representan 6.738 personas que no están satisfechas con la atención, servicio y calidad que se les esta prestando, pero aun así deben alimentarse en estas condiciones, por lo tanto si se toman los datos de familias, restaurantes y plazas de mercado se encuentra que la demanda estaría plenamente satisfecha en una magnitud de 9939 usuarios, pero mas

adelante se deberá considerar la inconformidad que este servicio esta presentando que representa un significativo 75% de la población estudiantil que toman estos servicios, para el calculo de la misma se descontaran los que se encuentran totalmente insatisfechos quienes representan el 60%.

Cuadro 4

OFERTA HISTORICA DE LOS SERVICIOS DE ALIMENTACION				
1999	2000	2001	2002	2003
8.095	8.521	8.970	9.442	9.939

Fuente: Los autores, Según encuesta

2.9.2. Análisis de la oferta actual:

Valor correspondiente al 60% del total de las personas que adquieren el servicio dado su grado de inconformidad por el servicio, así.

Cuadro 5

OFERTA ACTUAL
2004
9.939

Fuente: Los autores 2004, Según encuesta

2.9.3. Pronóstico de la oferta futura:

Los valores se calculan al igual que en la anterior punto y muestran su estabilidad de la misma forma que en la demanda futura.

Cuadro 6

OFERTA FUTURA DE LOS SERVICIOS DE ALIMENTACION				
2005	2006	2007	2008	2009
10.436	10.958	11.506	12.081	12.685

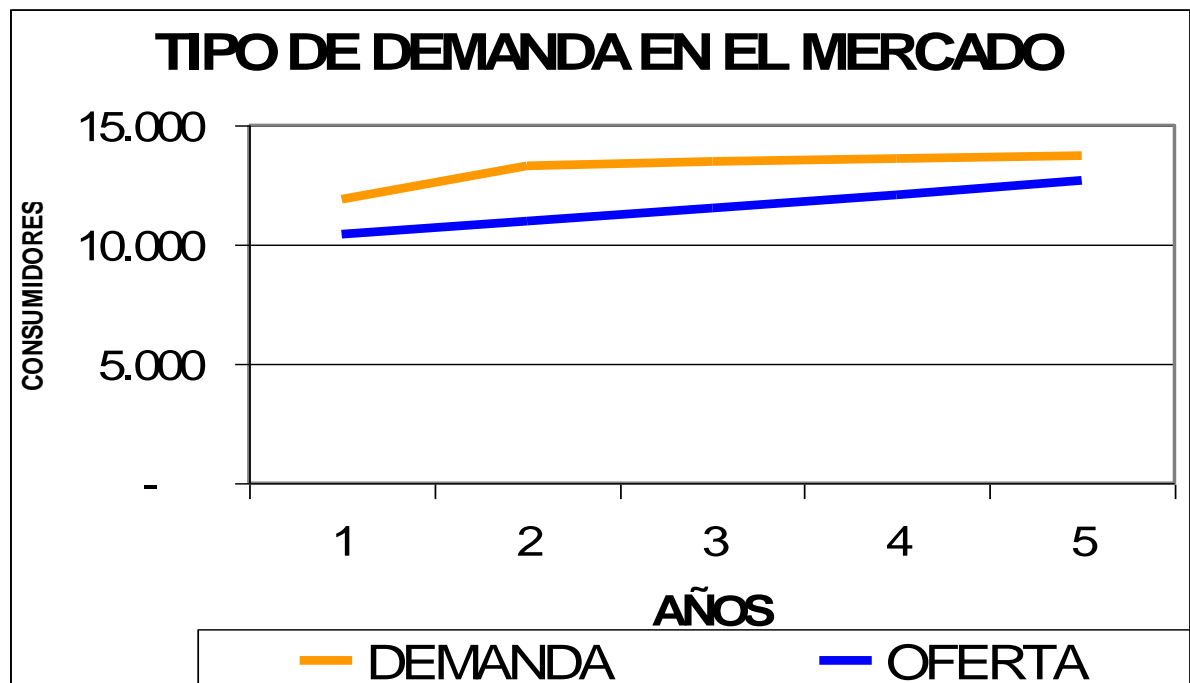
Fuente: Los autores, Según encuesta

2.10. DETERMINACIÓN DEL TIPO DE DEMANDA EXISTENTE EN EL MERCADO

Cuadro 7

TIPO DE DEMANDA EXISTENTE EN EL MERCADO					
AÑOS	2005	2006	2007	2008	2009
DEMANDA	11.874	13.319	13.452	13.587	13.723
OFERTA	10.436	10.958	11.506	12.081	12.685

Fuente: Los autores 2004, Según encuesta



Grafica 1 Fuente: Los autores 2004, Según encuesta

Esto muestra un pequeño sector que dadas las condiciones de mercado no ha encontrado respuesta a sus requerimientos de alimentación por lo tanto existe demanda insatisfecha que puede ser aprovechada para ofrecer un servicio de calidad.

Cuadro 7

DEMANDA INCONFORME E INSATISFECHA					
AÑOS	2005	2006	2007	2008	2009
DEMANDA INCONFORME (60%)	6.262	6.575	6.903	7.249	7.611
DEMANDA INSATISFECHA	1.438	2.361	1.947	1.506	1.038
TOTAL	7.700	8.936	8.850	8.754	8.649

. Los autores, según datos de la encuesta

OFERTA DEL RESTAURANTE DE LA U PERIODO 2005-2009					
DEMANDA INSATISFECHA	7.700	8.936	8.850	8.754	8.649
OFERTA PROPUESTA	462	536	531	525	519

2.11. ANÁLISIS DE PRECIOS

2.11.1. Evolución histórica de los precios.

Cuadro 8

TRES COMIDAS				
OFERTA HISTORICA DE LOS SERVICIOS DE ALIMENTACION				
1999	2000	2001	2002	2003
55.000	65.000	75.000	85.000	95.000
95.000	105.000	115.000	125.000	135.000
125.000	135.000	145.000	155.000	165.000
140.000	150.000	160.000	170.000	180.000

DESAYUNO ALMUERZO Ó ALMUERZO CENA				
OFERTA HISTORICA DE LOS SERVICIOS DE ALIMENTACION				
1999	2000	2001	2002	2003
35.000	45.000	55.000	65.000	75.000
50.000	60.000	70.000	80.000	90.000
85.000	95.000	105.000	115.000	125.000
110.000	120.000	130.000	140.000	150.000

DESAYUNO Y CENA				
OFERTA HISTORICA DE LOS SERVICIOS DE ALIMENTACION				
1999	2000	2001	2002	2003
25.000	35.000	45.000	55.000	65.000
50.000	60.000	70.000	80.000	90.000
95.000	105.000	115.000	125.000	135.000
110.000	120.000	130.000	140.000	150.000

Fuente: Los autores, Según encuesta

2.11.2. Criterios y factores que permiten determinar los precios.

La determinación de los precios se ha basado principalmente en los costos establecidos por el mercado de verduras, frutas, granos, etc, también por el estado de la competencia, siempre cuidado la calidad y considerando los gastos administrativos que se tienen en el restaurante.

2.11.3. Proyección de los precios.

Cuadro 9

TRES COMIDAS				
PRECIOS FUTUROS				
2004	2005	2006	2007	2008
102.600	110.808	119.673	129.246	139.586
145.800	157.464	170.061	183.666	198.359
178.200	192.456	207.852	224.481	242.439
194.400	209.952	226.748	244.888	264.479

DESAYUNO ALMUERZO Ó ALMUERZO CENA				
PRECIOS FUTUROS				
2004	2005	2006	2007	2008
81.000	87.480	94.478	102.037	110.200
97.200	104.976	113.374	122.444	132.240
135.000	145.800	157.464	170.061	183.666
162.000	174.960	188.957	204.073	220.399

DESAYUNO Y CENA				
PRECIOS FUTUROS				
2004	2005	2006	2007	2008
70.200	75.816	81.881	88.432	95.506
97.200	104.976	113.374	122.444	132.240
145.800	157.464	170.061	183.666	198.359
162.000	174.960	188.957	204.073	220.399

Fuente: Los autores, Según encuesta

2.11.4. Precios en términos constantes.

Cuadro 10

TRES COMIDAS (deflactados)				
OFERTA HISTORICA DE LOS SERVICIOS DE ALIMENTACION				
1999	2000	2001	2002	2003
50.600	59.800	69.000	78.200	87.400
87.400	96.600	105.800	115.000	124.200
115.000	124.200	133.400	142.600	151.800
128.800	138.000	147.200	156.400	165.600

DESAYUNO ALMUERZO Ó ALMUERZO CENA (deflactados)				
OFERTA HISTORICA DE LOS SERVICIOS DE ALIMENTACION				
1999	2000	2001	2002	2003
32.200	41.400	50.600	59.800	69.000
46.000	55.200	64.400	73.600	82.800
78.200	87.400	96.600	105.800	115.000
101.200	110.400	119.600	128.800	138.000

DESAYUNO Y CENA(deflactados)				
OFERTA HISTORICA DE LOS SERVICIOS DE ALIMENTACION				
1999	2000	2001	2002	2003
23.000	35.000	45.000	55.000	65.000
46.000	35.001	45.001	55.001	65.001
87.400	35.002	45.002	55.002	65.002
101.200	35.003	45.003	55.003	65.003

Fuente: Los autores, Según encuesta

2.12. LA COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO

2.12.1. La distribución del servicio:

Para acercar este servicio a los usuarios se establecerá un local dentro del campus universitario de tal manera que el servicio este cerca de los usuarios, en primera instancia el servicio no estará disponible a domicilio.

2.12.2. Promoción y publicidad:

Para promocionar el restaurante se hará inicialmente se dará el postre gratis en primer mes, y para las primeras 100 personas se realizará una rifa de una grabadora con CD.

A nivel de publicidad se realizara propaganda por la emisora local, esta se mantendrá durante los tres primeros meses, el texto que se utilizará es el siguiente:

“Ahora usted no tiene que ir mas lejos para alimentarse bien, no tiene que esperar, no tiene que comer lo que no le gusta, la solución esta mas cerca de lo que usted se imagina, en su universidad, ahora esta con usted el RESTAURANTE DE LA U, todo tipo de comidas y los mejores productos dispuestos deliciosa y nutritivamente para Usted, te esperamos en la entrada principal al campus universitario”

Cuadro 11

RUBRO	MENSUAL	2005
PUBLICIDAD	150000	1800000
PROMOCIONES	50000	600000
TOTAL	200.000	2.400.000

2.12.3. La venta:

Por medio de una excelente servicio al cliente, se llenara una ficha de las personas que deseen el servicio donde se consignan además de su información personal, la información nutricional y de preferencias de los clientes a fin de conformar unos menús que permitan satisfacer sus preferencias, por lo demás se les atenderá de la mejor manera y se

preservaran espacialmente las normas de higiene tanto en la cocina como en el comedor.

2.13. EL MERCADO DE INSUMOS

Todos los insumos están disponibles en la ciudad y no hay dificultad para su consecución ni transporte, las condiciones del lugar son adecuadas y su ubicación es inmejorable.

2.14. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DEL MERCADO

Dadas las condiciones de la demanda y la oferta y la condición de inconformidad que se encuentra entre el 60 y el 75 por ciento se muestra que existe demanda inconforme que toca aspectos como los precios y especialmente los gustos de la comida que las personas consumen de acuerdo a las regiones de las cuales provienen.

Los recursos e insumos están disponibles en la zona

Los incrementos de precios han sido moderados y han estado básicamente sujetos al incremento del índice de precios al consumidor (IPC).

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1. TAMAÑO

3.1.1. Variables que determinan el tamaño del proyecto:

En conformidad con lo determinado en el estudio de mercado se puede afirmar que para la iniciación de labores del restaurante de la U, se tomará el 6% de la demanda inconforme que se ha encontrado, es decir de la demanda del año 2005 y de la misma manera se proyectara para los años que siguen.

Cuadro 12

OFERTA DEL RESTAURANTE DE LA U PERIODO 2005-2009					
DEMANDA INSATISFECHA	7.700	8.936	8.850	8.754	8.649
OFERTA PROPUESTA	462	536	531	525	519

Fuente: Los autores 2004, con base en encuesta.

En cuanto a la oferta específica de la empresa deberá considerarse que de acuerdo a los datos arrojados por el estudio de campo y de mercado esta oferta deberá ser diferenciada y ajustada a las condiciones de quienes toman los tres comidas, desayuno y almuerzo o almuerzo y cena, o desayuno y cena, de acuerdo a los porcentajes dados 74%, 11%, 12% y 3% respectivamente. De esta forma la oferta restaurante de la U quedará discriminada como se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro 13

DISCRIMINACION DE LA OFERTA RESTAURANTE DE LA U - SEGÚN CONSUMO (DIA)					
AÑO	2005	2006	2007	2008	2009
TRES COMIDAS	342	397	393	389	384
DESAYUNO Y ALMUERZO	51	59	58	58	57
ALMUERZO Y CENA	55	64	64	63	62
DESAYUNO Y CENA	14	16	16	16	16
TOTAL	462	536	531	525	519

Fuente: Cálculos de los autores 2004,

**Cuadro 14 Discriminación de la oferta por temporadas restaurante de la
U**

OFERTA ANUAL POR SERVICIOS (DESAYUNOS - ALMUERZOS .- CENAS) - 2005						
EN TEMPORADA	DIARIO			ANUAL		
32 SEMANAS (8 MESES)	DESAYUNOS	ALMUERZOS	CENAS	DESAYUNOS	ALMUERZOS	CENAS
TRES COMIDAS	342	342	342	76.608	76.608	76.608
DESAYUNO - ALMUERZO	51	52	-	11.424	11.648	-
ALMUERZO - CENA	-	55	55	-	12.320	12.320
DESAYUNO - CENA	14	-	14	3.136	-	3.136
TOTAL	407	449	411	91.168	100.576	92.064
Laborando 32 semanas						
FUERA DE TEMPORADA						
TRES COMIDAS	34	34	34	479	479	479
DESAYUNO - ALMUERZO	5	5	-	71	73	-
ALMUERZO - CENA	-	6	6	-	77	77
DESAYUNO - CENA	1	-	1	20	-	20
TOTAL	41	45	41	570	629	575
TOTAL OFERTA ANUAL	448	494	452	91.738	101.205	92.639

Fuente: Cálculos los autores 2004

3.1.2. Dimensiones del mercado:

En el mercado local y de acuerdo a lo indicado en el estudio de mercado se muestra una gran inconformidad que se detecta con el servicio que actualmente se esta ofreciendo a los estudiantes, especialmente a los de fuera de la ciudad, adicionalmente a las perdonas que regularmente visitan la

universidad y no encuentran en su interior una solución a sus necesidades alimentarias ocasionales, como mínimo existe una inconformidad del 60% y el valor mas adecuado para pensar en esta posición es de 75% de la población que adquiere su alimentación.

3.1.3. Capacidad de financiamiento:

Para la implementación del restaurante de la U se accederá a un crédito otorgado por el sistema financiero (Banco Agrario), en donde se establecen cuotas mensuales que van descendiendo en la medida que se realizan aportes a capital, de tal manera que esta cuota disminuye con el paso de los tres años en que se hace la amortización del mismo, este será el capital inicial de la empresa y estará garantizado de forma hipotecaria por los propietarios.

3.1.4. Tecnología a utilizada:

La tecnología que se implementa es la necesaria para el funcionamiento del restaurante, entre los elementos tecnológicos utilizados están: refrigeradores, congeladores, licuadoras, exprimidores, mesones en acero inoxidable, horno, estufa industrial con plancha, estufa freidora, asador, cuchillos eléctricos, batidora, y otros, En el área administrativa se requiere de Computador, sumadora, aparatos telefónico y de fax

3.1.5. Disponibilidad de insumos:

Todos los insumos que son necesarios para el desarrollo de las actividades del restaurante de la U se encuentran disponibles en la ciudad, son de fácil transporte y su manejo no requiere condiciones especiales salvo las que las medidas de seguridad sanitaria exigen.

3.1.6. Distribución geográfica del mercado:

El mercado que se cubrirá con el establecimiento del restaurante esta delimitado por lo correspondiente al casco urbano del municipio de Pamplona, es decir, lo correspondiente a los barrios que existen en la ciudad: Juan XXIII, Galán, Cristo rey parte alta, Simón Bolívar, El Arenal, Villa Cristina, El Buque, El Humilladero Cristo Rey Parte Baja, Santa Marta, El Guamo, San Ignacio, El Carmen, El Centro, El Camellón Chíchira, Brighton, Chapinero, Jurado 4 de Julio, El Progreso, El Olivo, San Francisco, Urbanización La Romero, Afanador y Cadena, La Esperanza, San Pedro, Jesús Nazareno, Urbanización Las Colinas, Los Alpes, Barrios Unidos, Cariongo, Santísima Trinidad, Salesiano, Urbanización Cote Lamus, Urbanización Molinos del Zulia, El Zulia, Loma de la Cruz, San Agustín, Las Américas, San Luís, Pacho Valencia, Nuevo Amanecer, entre otros.

3.1.7. Las estacionalidades y fluctuaciones:

La incidencia de las estaciones en el desarrollo de las actividades del restaurante es evidente, las temporadas de cosecha y las de lluvia y sequía influyen significativamente en cada uno de los productos espacialmente en las verduras y legumbres, tanto las cultivables en la zona como las que

deben ser transportadas desde otros pisos térmicos como son el plátano y la yuca, bajo estas condiciones es importante reconocer que para alguna de ellas será importante el tratamiento de post cosecha que se le de y en otros casos la refrigeración y al aprovisionamiento serán importante para minimizar el impacto negativo que pueden producir la escasez de determinados productos, esto también podrá estar controlado con la variedad y habilidad para diseñar los menús que se manejen de manera que no afecten la calidad del servicio de alimentación.

3.1.8. Inflación, devaluación y tasas de interés:

Los efectos de este aspecto son los que se manejan para todo tipo de producto de primera necesidad por lo tanto se calcula que la inflación de acuerdo a las políticas establecidas por el gobierno nacional estará entre el 8 y 6 por ciento, los fenómenos devaluacionistas tienen su efecto en el proyecto y ellos se verán reflejados en cada una de las tarifas y en los incrementos que se deben hacer de cada una de ellas en cada periodo anual, los intereses o tasas de interés que se manejan en el mercado por el momento son favorables dado que el indicador DTF proporcionado por el Banco de la Republica es bajo y pretende acercar a las personas a todo tipo de créditos como en este caso a los créditos de consumo o libre inversión.

3.1.9. Valoración del riesgo:

Se considera que dado que la actividad comercial de la alimentación es ya reconocida en la zona y que posee suficientes antecedentes y experiencias esto hace menos riesgoso el proyecto, la estabilidad en las tasas de interés, el conocimiento de la actividad, la disponibilidad de insumos, la insatisfacción

de los actuales consumidores mostrada por la encuesta aplicada hace que los riesgos sena menores, aun cuando no son inexistentes dado que nos encontramos en un mercado y como tal puede variar en cualquier momento.

3.1.10. Capacidad inicial:

La capacidad con que se inicia la operación del proyecto esta determinada por los equipos y personal, respecto a los equipos estos dan un gran margen para atención de los clientes ya que en su utilización máxima pueden trabajar durante las 24 horas y además tienen gran versatilidad al momento de necesitar una expansión que dadas las condiciones de infraestructura podría estas hasta en las 1.000 personas, las limitaciones se dan en los aspectos de espacio ya en el espacio existente para tal fin se podrán colocar un máximo de 45 mesas con una capacidad por unidad de 6 personas lo que muestra una capacidad inicial de 270 personas de manera simultanea, esto corresponde a en dos turnos a la oferta propuesta.

3.2. LOCALIZACIÓN

3.2.1. Macrolocalización:

La localización se da en la ciudad de Pamplona, Norte de Santander.

3.2.2. Microlocalización:

Ciudadela o Campus Universitario, entrada Principal.

3.3. EL PROCESO DE PRODUCCIÓN

3.3.1. Especificación y descripción de insumos:

Los insumos que se utilizaran son los siguientes: tomate, cebolla, papa, yuca, maduro, plátano verde, brócoli, coliflor, repollo, Aguacate, papa criolla, Ajos manojo, Cebollina manojo, remolacha, Lechuga, arveja, frijol fresco, Cilantro manojo, Apio España, Perejil manojo, Pernil pollo, Pechuga, Contra muslo, Pierna completa, leche, carne, mantequilla, yogourt, Jabones, desinfectante, granos en general, sal, azúcar, condimentos, harinas diversas, etc.

Además de Energía Eléctrica, Gas propano, Servicio de acueducto y alcantarillado, telefónico, parabólica y papelería

3.3.2. Análisis del proceso productivo:

El proceso productivo que concluye con la prestación del servicio de alimentación, las preparaciones pueden ser muy variadas dependiendo del tipo de preparación que se desee realizar y de las diversas formas que hay para realizar incluso un mismo plato, por tanto es difícil especificar cada uno de ellos, sin embargo, estos procesos tienen algunas actividades comunes como son: Lavar, Picar, cortar, cocer, freír, saltear, flamear, batir, asar, hornear, servir, decorar, deshuesar, licuar, entre otros.

3.3.3. Productos principales, subproductos y residuos:

Los productos principales a ser considerados son desayunos, almuerzos y cenas, de ellos se obtienen algunos subproductos como son las cáscaras y desechos de los diferentes procesos que podrán ser vendidas, obsequiadas o desechadas en las bolsas de recolección destinadas para tal fin o entregadas a las personas que les puedan dar alguna otra utilización ya sea para compostaje o alimentación de porcinos.

3.3.4. Programa de producción:

Cuadro 15

OFERTA ANUAL POR SERVICIOS (DESAYUNOS - ALMUERZOS .- CENAS) - 2005						
EN TEMPORADA	DIARIO			ANUAL		
32 SEMANAS (8 MESES)	DESAYUNOS	ALMUERZOS	CENAS	DESAYUNOS	ALMUERZOS	CENAS
TRES COMIDAS	351	351	351	78.624	78.624	78.624
DESAYUNO - ALMUERZO	52	52	-	11.648	11.648	-
ALMUERZO - CENA	-	57	57	-	12.768	12.768
DESAYUNO - CENA	14	-	14	3.136	-	3.136
TOTAL	417	460	422	93.408	103.040	94.528
14 SEMANAS AL 10% CAP						
FUERA DE TEMPORADA						
TRES COMIDAS	35	35	35	491	491	491
DESAYUNO - ALMUERZO	5	5	-	73	73	-
ALMUERZO - CENA	-	6	6	-	80	80
DESAYUNO - CENA	1	-	1	20	-	20
TOTAL	42	46	42	584	644	591
TOTAL OFERTA ANUAL	459	506	464	93.992	103.684	95.119

Fuente: Los autores 2004

3.3.5. Selección y especificación de equipos

Los equipos que serán necesarios para la parte operativa son los siguientes.

Cuadro 16

EQUIPOS DE COCINA		
CANT	ELEMENTO	VALOR
1	COCINA INDUSTRIAL	7.000.000
1	HORNO A GAS	2.500.000
1	REFRIGERADOR	1.500.000
1	CONGELADOR	2.000.000
1	LICUADORA INDUSTRIAL	1.800.000
1	BATIDORA.	450.000
1	ASADOR A GAS	1.500.000
1	FREIDORA	1.350.000
	IMPREVISTO	1.710.000
	TOTAL	19.810.000

Fuente: Los autores 2004

3.3.6. Identificación de necesidades de mano de obra:

Para el desarrollo de las actividades normales del restaurante son necesarias 6 personas de planta en la empresa y se contrataran otras por días o por tarea según los requerimientos especialmente del área de cocina.

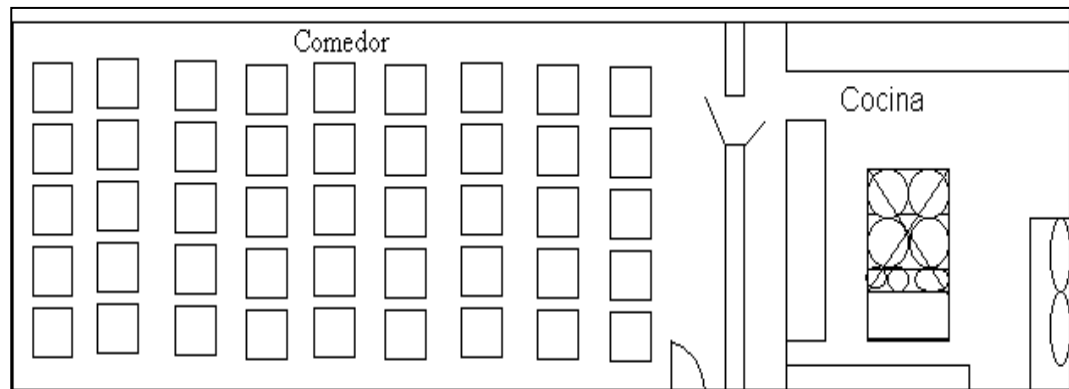
3.4. OBRAS FÍSICAS Y DISTRIBUCIÓN EN PLANTA

3.4.1. Obras físicas:

La infraestructura física que presenta la universidad en el lugar construido para tal fin esta adecuado para la atención de los estudiantes en la proporción esperada y con las condiciones en la sección de cocina que se necesitan para operar a satisfacción. Este local se tomará en arrendamiento con un costo de \$ 1.500.000.00 mensuales

3.4.2. Distribución en planta:

Anexo Plano.



Grafica 2, Los autores 2004.

3.5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

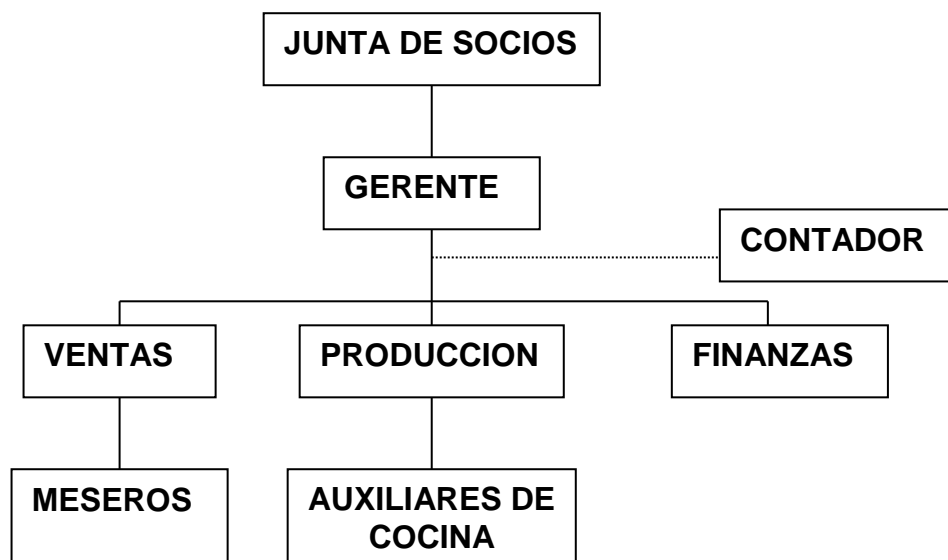
3.5.1. Constitución jurídica de la empresa:

La empresa se constituirá legalmente bajo la figura jurídica de “Sociedad Limitada”, es decir, su razón social será “RESTAURANTE DE LA U. LTDA”, constituida por dos personas una de las cuales asumirá las tareas de administración de la empresa y el otro las funciones contables.

Para el efecto se deberán realizar los trámites notariales, de cámara de comercio, rentas departamentales, bomberos voluntarios, sayco acinpro, industria y comercio y saneamiento ambiental (licencia).

3.5.2. Estructura organizacional:

Para efecto del funcionamiento de la empresa se han determinado tres áreas funcionales que son las que básicamente debe contener una empresa y que depende del gerente que a su vez dependen de la junta directiva de la sociedad.



3.5.3. Funcionamiento de la organización.

Los cargos propuestos en la estructura organizacional, están definidos de acuerdo con tres departamento o unidades funcionales, Producción y Administración, la labor que desempeñan y sus principales responsabilidades. Como toda empresa, contará con un personal de confianza, para labores de asesor contable-tributario y jurídico que actuarán por honorarios al igual que los auxiliares de cocina que sean requeridos según la necesidad por días o tareas.

Los cuadros presentados a continuación presentan las responsabilidades, para todos y cada uno de los cargos y niveles jerárquicos requeridos de la puesta en marcha de la citada estructura organizacional de la Empresa.

RESTAURANTE DE LA U Ltda.

NOMBRE DEL CARGO Gerente

DEPARTAMENTO: Gerencia

RESPONDE A: Consejo de Administración (Junta Directiva), Asamblea General de Asociados

SUPERVISA A: Jefe de cocina, meseros.

CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES: Educación: profesional o Tecnólogo en Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial, experiencia: dos años comprobados de tiempo completo trabajando tiempo completo.

RESPONSABILIDADES:

- Es responsable del manejo de la empresa y de la seguridad de los empleados.
- Es responsable de los bienes y dineros propios de la organización.
- Responsabilidad en el manejo de información confidencial.
- Responsable del éxito o fracaso de la empresa.

FUNCIONES DEL GERENTE.

- Representar a la cooperativa, judicial y extrajudicialmente ante terceros y toda clase de autoridades judiciales y administrativas.
- Acordar con los proveedores las políticas de compras, precios.
- Planear, dirigir, organizar y controlar la actividad del restaurante.
- Establecer políticas administrativas tendientes a la eficiencia de la empresa.
- Establecer vínculos comerciales e institucionales.
- Dirigir las operaciones de la empresa.

- Verificar el correcto desempeño de las actividades.
- Crear y evaluar programas de mercadeo, para incrementar el uso del servicio de restaurante.
- Revisar los informes periódicos que le son presentados por las diferentes secciones, contabilidad, producción o ventas.

NOMBRE DEL CARGO Contador

DEPARTAMENTO: Administrativo

RESPONDE A: Gerente

SUPERVISA A: Ninguno.

CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES

Educación: Contador publico titulado.

Experiencia: 1 año.

Habilidades: Las propias de la profesión.

RESPONSABILIDADES

Es responsable de manejar las aspectos de contabilidad

- Es responsable de las declaraciones de impuestos
- Es responsable de elaborar mensualmente balances y estados financieros de la empresa

NOMBRE DEL CARGO: Jefe de Cocina.

DEPARTAMENTO ó SECCION: Jefe de producción.

RESPONDE A : Gerente

SUPERVISA A : Auxiliares de cocina.

CONOCIMIENTO Y HABILIDADES

- Experto en cocina nacional.
- Experiencia: dos años en restaurantes certificado.
- Habilidades: liderazgo emprendedor y buen manejo del personal

RESPONSABILIDADES

- Planear, dirigir, controlar y evaluar las actividades de preparación de alimentos
- Variaciones de los menús y presupuesto de los requerimientos de materias primas e insumos.

FUNCIONES

- Reportar la información necesaria a la gerencia para prever el suministro de materias primas e insumos.
- Tomar decisiones de disposición del personal a cargo.
- Presentar las novedades y el control del personal por días o por tarea.
- Supervisar la elaboración de los alimentos de manera higiénica y técnica

NOMBRE DEL CARGO Auxiliar de cocina

DEPARTAMENTO: Producción

RESPONDE A: Jefe de cocina.

SUPERVISA A: Ninguno.

CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES

Educación: Noveno grado.

Experiencia: dos años, trabajando mínimo medio tiempo.

Habilidades sicomotoras: Destreza manual, agilidad de movimiento.

RESPONSABILIDADES

- Es responsable de los materiales que ingresan a la cocina y bodegas para su almacenamiento y posterior preparación

FUNCIONES DEL AUXILIAR DE COCINA

- Recepción de materias primas e insumos.
- Realizar el control de calidad de a las tareas que esta elaborando
- Mantener ordenado el sitio de trabajo.
- Controlar las cantidades utilizados en las tareas asignadas.

- Garantizar la bioseguridad en las áreas sensibles a infecciones o contaminaciones
- Hacer el embalaje de los alimentos adecuadamente según indicaciones del jefe de cocina.
- Responsabilizarse de los equipos y herramientas a su cargo o manipulación

NOMBRE DEL CARGO Mesero

DEPARTAMENTO: Administrativo

RESPONDE A: Gerente

SUPERVISA A: Ninguno.

CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES

Educación: 11° grado de Educación Secundaria.

Experiencia: 1 año, trabajando mínimo medio tiempo certificada.

Habilidades: iniciativa, agudeza mental, Destreza manual, agilidad de movimiento.

RESPONSABILIDADES

- Es responsable de atención al cliente y manipulación de alimentos
 - Es responsable de los dineros y documentos encomendados para cumplir con su labor
 - Es responsable de mantener orden y aseo en el área de comedor.

FUNCIONES DELMESERO

Realizar tareas propias del proceso de selección, limpieza, atención de las mesas, observación de la calidad de los alimentos, manejo de los quejas de los clientes y afines.

3.6. CALCULO DE LOS RECURSOS

Sistema de compensación salarial. La remuneración comprende la determinación de bases que garanticen la asignación de salarios justos a los empleados de la organización.

Los criterios para la fijación de salarios será establecido por el mercado laboral en el entorno.

Al salario asignado, se le adiciona los montos correspondientes por subsidio de transporte (para quienes perciben hasta dos salarios mínimos) y prestaciones sociales de ley. Para efecto del flujo de fondos, se incorporarán los egresos parafiscales. Se contará con personal adicional, ayudantes y conductores con respectivos medios de transporte que serán contratados por necesidades del servicio y pagados por horas de trabajo.

El sistema de asignación salarial está comprendido entre 1 y 3 veces el salario mínimo legal vigente, con vinculación laboral de tiempo completo a término fijo de 1 año, prorrogable consecutivamente.

3.7. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TÉCNICO

Todas las condiciones que son necesarias para implementarlo los recursos están disponibles y pueden ser conseguidos con facilidad en el medio, las condiciones de operación y la necesidad de la comunidad esta ya establecida, además se determino una estructura básica de funcionamiento

4. ESTUDIO FINANCIERO

4.1. INVERSIONES

4.1.1. Inversión fija.

4.1.1.1. Inversiones en terrenos y obras físicas.

4.1.1.2. Inversiones en maquinaria, equipos, vehículos y muebles.

Cuadro 17

EQUIPOS DE COCINA		
CANT	ELEMENTO	VALOR
1	COCINA INDUSTRIAL	7.000.000
1	HORNO A GAS	2.500.000
1	REFRIGERADOR	1.500.000
1	CONGELADOR	2.000.000
1	LICUADORA INDUSTRIAL	1.800.000
1	BATIDORA.	450.000
1	ASADOR A GAS	1.500.000
1	FREIDORA	1.350.000
	IMPREVISTO	1.710.000
	TOTAL	19.810.000

Fuente: Los autores 2004

Cuadro 18

MUEBLES DE COCINA			
CANT	ELEMENTO	V UNITARIO	TOTAL
1	MESON DE MADERA	300.000	300.000
3	MESAS DE ACERO INOX	250.000	750.000
4	SILLAS	15.000	60.000
1	MESA	120.000	120.000
3	ESTANTES EN ACERO	200.000	600.000
2	LAVAPLATOS EN ACERO	380.000	760.000
1	ALACENA	750.000	750.000
3	DEPOSITOS EN MADERA	100.000	300.000
5	MUEBLES PARA LOZA	200.000	1.000.000
	IMPREVISTOS		364.000
	TOTAL		5.004.000

Fuente: Los autores 2004

Muebles de comedor (distribución según plano)

Cuadro 19

MUEBLES DE COMEDOR			
CANT	ELEMENTO	V UNITARIO	TOTAL
45	MESAS X 6 PUESTOS	120.000	5.400.000
270	SILLAS	15.000	4.050.000
	IMPREVISTOS		364.000
	TOTAL		9.814.000

Fuente: Los autores 2004

Cuadro 20

DOTACIÓN DE COCINA			
	ELEMENTO	V UNITARIO	TOTAL
300	TAZAS DE SOPA	1.200	360.000
300	PLATOS	1.200	360.000
300	CUCHARAS	1.250	375.000
300	CUCHILLOS	1.250	375.000
300	TENEDORES	1.250	375.000
300	CUCHARITAS	1.000	300.000
300	POCILLOS	1.200	360.000
300	VASOS	700	210.000
30	COPAS	1.800	54.000
200	PLATICOS DE POSTRE	500	100.000
5	FONDOS	120000	600.000
4	PEROLES	95000	380.000
5	SARTENES GRANDES	40000	200.000
5	SARTENES PEQUEÑOS	25000	125.000
5	MOLINILLOS	5000	25.000
5	BOLSAS DE COLAR CAFÉ	2000	10.000
5	OLLAS DE PRESION	180000	900.000
5	JUEGOS DE CUBIERTOS DE COCINA	30000	150.000
2	EXPRIMIDORES MANUALES	3000	6.000
5	CESTAS PARA VERDURA	25000	125.000
3	CESTAS PARA FRUTA	25000	75.000
3	JUEGOS DE OLLAS DE ACERO INOX	150000	450.000
4	TINAS DE ACERO	200000	800.000
20	RECIPIENTES PLASTICOS	2500	50.000
5	COLADORES ACERO INOX	15000	75.000
5	ESCURRIDORES	21000	105.000
50	SALEROS	1500	75.000
1	OTROS IMPLEMENTOS MENORES	500000	500.000
	IMPREVISTOS		752.000
	TOTAL		8.272.000

Fuente: Los autores 2004

4.1.2. Costos operacionales.

4.1.2.1. Costos de producción y operación.

Mano de obra.

Nomina.

RESTAURANTE DE LA U

NOMINA DE PAGOS DE SUELDOS

PERIODO Ene-04

CANT	NOMBRE	BASICO	DIAS	DEVENGADO					DEDUCIDO			NETO PAGADO
				SUELDO	H EX T	BONIFIC	AUX TRANS	TOTAL DEV	SALUD	PENSION	TOTAL DEDUC	
1	ADMINISTRADOR	1.000.000	30	1.000.000	-	-	0	1.000.000	40.000	36.250	76.250	923.750
1	JEFE DE COCINA	800.000	30	800.000	-	-	0	800.000	32.000	29.000	61.000	739.000
2	AYUDANTES DE COCINA	358.000	30	358.000	-	-	41600	399.600	14.320	12.978	27.298	372.303
2	MESEROS	358.000										
	TOTALES	2.516.000	90	2.158.000	-	-	407.000	2.199.600	86.320	78.228	164.548	2.035.053

APORTES DE SEGURIDAD SOCIAL Y PARAFISCALES		
	%	
SALUD	12%	258.960
PENSIONES	14,5%	312.910
RIESGOS PROF	0,522%	11.265
SENA	2%	43.160
CAJA DE COMPENSAC	4%	86.320
ICBF	3%	64.740
SUBTOTAL		777.355

PROVISIONES		
PROVISIONES	%	VALOR
CESANTIAS	8,33%	179.761
INT DE CESANT	1%	21.580
PRIMA	8,33%	179.761
VACACIONES	4,17%	89.881
TOTAL		470.984

TOTAL APROPIACIONES 1.248.338

TOTAL PAGADO 2.035.053

TOTAL NOMINA MES **3.283.391**

NOMINA ANUAL **9.850.172**

Cuadro 21 Fuente: Los autores 2004

Nomina proyectada

Cuadro 22

NOMINA PROYECTADA					
2004	2005	2006	2007	2008	2009
9.850.000	9.160.500	8.519.265	7.922.916	7.368.312	6.852.530

Fuente: Los autores 2004

Personal temporal

Se estima que aproximadamente se van a necesitar dos personas diarias en los días que se buscarán de acuerdo a las necesidades a las cuales se les pagará por el día, estas personas no se vinculan a la planta pus varían según sus cualidades y condiciones laborales. Se les cancelará 12.000 por día, estas se necesitaran especializaran para el almuerzo que es la jornada en la que mas se necesita personal en el área de cocina.

Cuadro 23

MANO DE OBRA POR TAREA					
TEMPORADA	SEMANAS	DIAS POR SEMANA	TOTAL DIAS	V/ DIA	TOTAL
TEMPORADA ALTA	32	7	224	12000	2688000
TEMPORADA BAJA	14	7	98	12000	1176000
TOTAL					3.864.000
PARA DOS PERSONAS					7.728.000

Fuente: Los autores 2004

Mano de obra temporal proyectada.

Cuadro 24

NOMINA TEMPORAL PROYECTADA					
2004	2005	2006	2007	2008	2009
7.728.000	8.268.960	8.847.787	9.467.132	10.129.832	10.838.920

Fuente: Los autores 2004

Materiales.

Materias primas:

Estas materias primas están constituidas por el mercado que debe tenerse para la elaboración de las comidas para facilitar se calcula a partir de una dieta promedio calculando unos imprevistos del 10% sobre ellos.

Desayuno. (Compuesto básicamente por huevo, pan o arepa café o chocolate o jugo de naranja mantequilla o mermelada almuerzo promedio (sopa, Verduras, cremas varias, fideos, Seco, Carne Blanca o roja ración, arroz o pasta ración, verdura ración, papa, yuca, plátano u otros, Jugo Cena; Verdura, pan o arroz, agua de panela caldo, chocolate, huevos, etc

Insumos: Según lo anterior los costos que se derivan del proceso de los alimentos son (agua, energía eléctrica y gas), los costos correspondientes se calculan de acuerdo a los galones consumidos por periodo de tiempo calculando según el número de personas que con el han sido atendidos en restaurantes de la ciudad así:

Cuadro 26

COSTOS DE INSUMOS				
CONSUMO DE INSUMOS	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
GAS	GALON	1.000	930	930.000
ENERGIA	Kw.	700	150	105.000
AGUA	M3	65	1.375	89.375
TOTAL				1.124.375

Fuente: Los autores 2004

Proyección de costos de insumos

Cuadro 27

COSTOS DE INSUMO PROYECTADOS					
2004	2005	2006	2007	2008	2009
1.124.375	1.236.813	1.360.494	1.496.543	1.646.197	1.810.817

Fuente: Los autores 2004

Gastos generales: Los costos de gastos generales son los siguientes:

Cuadro 28

GASTOS GENERALES						
GASTOS GENERALES PARA UN MES	2004	2005	2006	2007	2008	2009
SERVICIO TELEFONICO	50.000	54.020	58.363	63.056	68.125	73.603
PAPELERIA	10.000	10.804	11.673	12.611	13.625	14.721
ARTICULOS DE ASEO	50.000	54.020	58.363	63.056	68.125	73.603
TRANSPORTES	500.000	540.200	583.632	630.556	681.253	736.026
EMPAQUES	200.000	216.080	233.453	252.222	272.501	294.410
IMPREVISTOS 10%	21.000	22.050	23.153	24.310	25.526	26.802
TOTAL MES	831.000	897.174	968.636	1.045.811	1.129.155	1.219.163
TOTAL AÑO	9.972.000	10.766.088	11.623.638	12.549.732	13.549.862	14.629.959

Fuente: Los autores 2004

Costos de depreciación: depreciación de los equipos de cocina, se realiza teniendo en cuenta una vida útil de 5 años.

Cuadro 29

DEPRECIACION EN EQUIPOS DE COCINA							
CANT	ELEMENTO	VALOR	2005	2006	2007	2008	2009
1	COCINA INDUSTRIAL	7.000.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000
1	HORNO A GAS	2.500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000
1	REFRIGERADOR	1.500.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
1	CONGELADOR	2.000.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000
1	LICUADORA INDUSTRIAL	1.800.000	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000
1	BATIDORA.	450.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000
1	ASADOR A GAS	1.500.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
1	FREIDORA	1.350.000	270.000	270.000	270.000	270.000	270.000
TOTAL		18.100.000	3.620.000	3.620.000	3.620.000	3.620.000	3.620.000

Fuente: Los autores 2004

Depreciación de los muebles: Calculada para vida útil de 5 años

Cuadro 30

MUEBLES DE COCINA									
CANT	ELEMENTO	V UNITARIO	TOTAL	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1	MESON DE MADERA	300.000	300.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000
3	MESAS DE ACERO INOX	250.000	750.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000
4	SILLAS	15.000	60.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000
1	MESA	120.000	120.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000
3	ESTANTES EN ACERO	200.000	600.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000
2	LAVAPLATOS EN ACERO	380.000	760.000	152.000	152.000	152.000	152.000	152.000	152.000
1	ALACENA	750.000	750.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000
3	DEPOSITOS EN MADERA	100.000	300.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000
5	MUEBLES PARA LOZA	200.000	1.000.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
	TOTAL		4.640.000	928.000	928.000	928.000	928.000	928.000	928.000

Fuente: Los autores 2004

Depreciación de muebles: Calculada para una vida útil de 5 años.

Cuadro 31

MUEBLES DE COMEDOR								
CANT	ELEMENTO	V UNITARIO	TOTAL	2005	2006	2007	2008	2009
45	MESAS X 6 PUESTOS	120.000	5.400.000	1.080.000	1.080.000	1.080.000	1.080.000	1.080.000
270	SILLAS	15.000	4.050.000	810.000	810.000	810.000	810.000	810.000
	IMPREVISTOS		364.000	72.800	72.800	72.800	72.800	72.800
	TOTAL		9.814.000	1.962.800	1.962.800	1.962.800	1.962.800	1.962.800

Fuente: Los autores 2004

Depreciación de implementos de cocina: Para 2 años.

Cuadro 32

CANT	ELEMENTO	V UNITARIO	TOTAL	2005	2006
300	TAZAS DE SOPA	1.200	360.000	180.000	90.000
300	PLATOS	1.200	360.000	180.000	90.000
300	CUCHARAS	1.250	375.000	187.500	93.750
300	CUCHILLOS	1.250	375.000	187.500	93.750
300	TENEDORES	1.250	375.000	187.500	93.750
300	CUCHARITAS	1.000	300.000	150.000	75.000
300	POCILLOS	1.200	360.000	180.000	90.000
300	VASOS	700	210.000	105.000	52.500
30	COPAS	1.800	54.000	27.000	13.500
200	PLATICOS DE POSTRE	500	100.000	50.000	25.000
5	FONDOS	120000	600.000	300.000	150.000
4	PEROLES	95000	380.000	190.000	95.000
5	SARTENES GRANDES	40000	200.000	100.000	50.000
5	SARTENES PEQUEÑOS	25000	125.000	62.500	31.250
5	MOLINILLOS	5000	25.000	12.500	6.250
5	BOLSAS DE COLAR CAFÉ	2000	10.000	5.000	2.500
5	OLLAS DE PRESION	180000	900.000	450.000	225.000
5	JUEGOS DE CUBIERTOS DE COCINA	30000	150.000	75.000	37.500
2	EXPRIMIDORES MANUALES	3000	6.000	3.000	1.500
5	CESTAS PARA VERDURA	25000	125.000	62.500	31.250
3	CESTAS PARA FRUTA	25000	75.000	37.500	18.750
3	JUEGOS DE OLLAS DE ACERO INOX	150000	450.000	225.000	112.500
4	TINAS DE ACERO	200000	800.000	400.000	200.000
20	RECIPIENTES PLASTICOS	2500	50.000	25.000	12.500
5	COLADORES ACERO INOX	15000	75.000	37.500	18.750
5	ESCURRIDORES	21000	105.000	52.500	26.250
50	SALEROS	1500	75.000	37.500	18.750
1	OTROS IMPLEMENTOS MENORES	500000	500.000	250.000	125.000
	TOTAL		7.520.000	3.760.000	1.880.000

Fuente: Los autores 2004

Depreciación consolidada

Cuadro 33

EN EQUIPOS DE COCINA	3.620.000
MUEBLES DE COCINA	928.000
MUEBLES DE COMEDOR	1.962.800
IMPLEMENTOS DE COCINA	3.760.000
TOTAL	10.270.800

Fuente: Los autores 2004

4.1.3. Costos de administración.

Honorarios

Cuadro 34

HONORARIOS CONTADOR		
CONTADOR	V MES	V AÑO
CONTADOR	200.000	2.400.000

Fuente: Los autores 2004

Arrendamiento

Cuadro 35

ARRENDAMIENTO DE LOCAL	
V/ MENSUAL	1.000.000
V/ ANUAL	12.000.000

Fuente: Los autores 2004

Amortizaciones de créditos

Cuadro 36

AMORTIZACION DEL CREDITO POR 50,000,000			
TASA DE INTERES 24% ANUAL		CTA ANUAL	CTA MENSUAL
16.666.667	4.000.000	20.666.667	1.722.222
16.666.667	4.000.000	20.666.667	1.722.222
16.666.667	4.000.000	20.666.667	1.722.222
50.000.000	12.000.000	62.000.000	

Fuente: Los autores 2004

4.1.4. Gastos de ventas.

Publicidad y promoción

Cuadro 37

GASTOS DE VENTAS							
RUBRO	MENSUAL	2004	2005	2006	2007	2008	2009
PUBLICIDAD	150000	1800000	1944000	2.099.520	2.267.482	2.448.880	2.644.791
PROMOCIONES	50000	600000	648000	699.840	755.827	816.293	881.597
TOTAL	200.000	2.400.000	2.592.000	2.799.360	3.023.309	3.265.174	3.526.387

Fuente: Los autores 2004

Cuadro 38

COSTOS PRECIO E INGRESOS POR PRODUCTO				
DETALLE	TRES COMIDAS	DESAY - ALMUERZO	ALMUERZO CENA	DESAYUNO CENA
NOMINA FIJA	29.156.510	4.334.076	4.728.083	1.182.021
HONORARIOS	1.776.000	264.000	288.000	72.000
GASTOS DE ORGA	1.184.370	176.055	192.060	48.015
ARRIENDO	8.880.000	1.320.000	1.440.000	360.000
G GENERALES	7.379.280	1.096.920	1.196.640	299.160
G FINAN	15.293.333	2.273.333	2.480.000	620.000
DEPRECIACIONES	7.600.392	1.129.788	1.232.496	308.124
COSTOS FIJOS	71.269.885	10.594.172	11.557.279	2.889.320
MATERIA PRIMA	116.113.844	17.260.166	18.829.272	4.707.318
OCASIONALES	5.718.720	850.080	927.360	231.840
G DE VENTAS	1.776.000	264.000	288.000	72.000
COSTO VARIABLE	123.608.564	18.374.246	20.044.632	5.011.158
C FIJOS + VARIA	194.878.449	28.968.418	31.601.911	7.900.478
SERVICIOS	82.278	12.138	13.356	3.234
COSTO UNIT	2.369	1.754	1.778	1.209
UTILIDAD (47.7%)	1.130	837	848	577
PRECIO	3.500,00	2.600	2.650	1.800
MENSUALIDAD	105.000	80.000	80.000	55.000
TOTAL INGRESO	287.973.000	31.558.800	35.393.400	5.821.200
TOTAL AÑO 1				360.746.400

Fuente: Los autores 2004

Ingresos proyectados

Cuadro 39

CANTIDAD DE SERVICIOS POR AÑO					
AÑO	2005	2006	2007	2008	2009
TRES COMIDAS	80.406	93.317	92.419	91.421	90.316
DESAYUNO Y ALMUERZO	11.952	13.871	13.738	13.590	13.425
ALMUERZO Y CENA	13.039	15.132	14.987	14.825	14.646
DESAYUNO Y CENA	3.260	3.783	3.747	3.706	3.661
CANTIDAD MENSUAL					
TRES COMIDAS	2.680	3.111	3.081	3.047	3.011
DESAYUNO Y ALMUERZO	398	462	458	453	448
ALMUERZO Y CENA	435	504	500	494	488
DESAYUNO Y CENA	109	126	125	124	122
COSTO DE LA MENSUALIDAD					
TRES COMIDAS	105.000	115.500	127.050	139.755	153.731
DESAYUNO Y ALMUERZO	78.000	85.800	94.380	103.818	114.200
ALMUERZO Y CENA	79.500	87.450	96.195	105.815	116.396
DESAYUNO Y CENA	54.000	59.400	65.340	71.874	79.061
INGRESOS POR VENTAS 2005-2009					
TRES COMIDAS	281.421.727	359.268.686	391.393.703	425.882.758	462.811.972
DESAYUNO Y ALMUERZO	31.075.913	39.672.141	43.219.536	47.027.980	51.105.878
ALMUERZO Y CENA	34.552.938	44.110.982	48.055.289	52.289.852	56.824.018
DESAYUNO Y CENA	5.867.480	7.490.544	8.160.332	8.879.409	9.649.362
TOTAL INGRESOS	352.918.058	450.542.352	490.828.861	534.079.999	580.391.229

Fuente: Los autores 2004

PUNTO DE EQUILIBRIO

$$X_e = \frac{CF}{P - C.v.u.}$$

Cuadro 40

PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO				
PRODUCTO	CF	P	C.v.u.	X e
TRES COMIDAS	78.396.873	3.848	1.653	18.720
DESAY - ALMUERZO	11.653.589	2.309	992	4.056
ALMUERZO -CENA	11.673.006	2.229	987	4.250
DESAYUNO - CENA	3.178.252	2.339	1.004	354

Fuente: Los autores 2004

Las cantidades mínimas que deben ser vendidas para que la empresa no presente dificultades, sin embargo, la oferta que se dará es superior a este valor como se observo en el cuadro anterior

4.3. CALCULO DEL MONTO DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA INVERSIÓN

4.3.1. Cálculo de capital de trabajo:

En este se muestra el monto de los recursos que son necesarios para la implementación del restaurante

Cuadro 41

COSTO OPERACIÓN PROMEDIO DIARIO	
NOMINA	39.400.692
GASTOS GENERALES	9.972.000
TOTAL	49.372.692
DIAS AÑO	360
COPD	137.146

INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO		
ICT	=	CO * COPD
ICT	=	322 *137146
ICT	=	44.161.012

Fuente: Los autores 2004

El costo de operación diario tiene un monto de 137.146 pesos ,mientras que el requerimiento de capital de trabajo es de \$ 44.161.012.

4.3.2. Presupuesto de inversiones.

Cuadro 42

PRESUPUESTO DE INVERSION	
EQUIPOS	19.810.000
MUEBLES DE COCINA	5.004.000
MUEBLES DE COMEDOR	9.814.000
DOTACION DE COCINA	8.272.000
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	1.600.500
TOTAL	45.500.000

Fuente: Los autores 2004

4.3.3. Presupuesto de costos operacionales:

Cantidad de dinero necesaria para realizar las operaciones del restaurante de lanera satisfactoria, esta información es importante porque permite determinar el monto del crédito que habrá que solicitar para la implementación.

Cuadro 43

GASTOS OPERACIONALES	
GASTOS GENERALES	9.972.000
MANO DE OBRA DIRECTA	39.400.689
ARRENDAMIENTO	12.000.000
HONORARIOS	2.400.000
MATERIAS PRIMAS	156.910.600
TOTAL	220.683.289

Fuente: Los autores 2004

4.3.4. Presupuesto de gastos de venta:

Se hace necesario establecer un plan de promoción y publicidad como se indico en el estudio de mercado y para ello se establecen algunos fondos con el fin de financiar estas actividades.

Cuadro 44

GASTOS DE VENTAS	
GASTOS DE VENTAS	2.400.000
MANO DE OBRA OCASIONAL	7.728.000
TOTAL	10.128.000

Fuente: Los autores 2004

4.3.5. Flujo neto de Caja con financiamiento:

Dado que el proyecto recurre al endeudamiento para la financiación de sus activos se presentan los cálculos con la respectiva condición

FLUJO NETO DE CAJA CON FINANCIAMIENTO

INGRESOS						
CONCEPTO	0	2005	2006	2007	2008	2009
INGRESOS POR VENTAS		360.746.400	445.162.520	538.193.117	651.344.016	788.439.665
TOTAL INGRESOS	50000000	352.918.058	450.542.352	490.828.861	534.079.999	580.391.229
EGRESOS						
EQUIPOS	19.810.000					
MUEBLES	14.818.000					
DOTACION DE COCINA	8.272.000					
CAJA	5.499.500					
MATERIAS PRIMAS		116.113.844	127.725.228	174.550.347	186.768.871	199.842.692
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	1.600.500	800.250	800.250	-	-	-
GASTOS GENERALES		9.972.000	10.766.088	11.623.638	12.549.732	13.549.862
DEPRECIACION EQU Y MUEBL		10.270.800	6.510.800	6.510.800	6.510.800	6.510.800
GASTOS DE VENTAS		2.592.000	2.799.360	3.079.296	3.387.226	3.725.948
GASTOS DE NOMINA		39.400.689	42.552.744	45.531.436	48.718.637	52.128.941
HONORARIOS		2.400.000	26.400.000	29.040.000	31.944.000	35.138.400
EMPLEADOS TEMPORALES		10.128.000	10.128.000	10.836.960	11.595.547	12.407.236
OBLIGACIONES FINANCIERAS		20.666.667	1.722.222	1.722.222		
IMPUESTOS SOBRE RENTA		48.920.745	77.919.335	73.840.093	90.010.015	99.573.978
TOTAL EGRESOS	50.000.000	261.264.995	307.324.028	356.734.792	391.484.828	422.877.857
FLUJO NETO DE CAJA		91.653.063	143.218.324	134.094.069	142.595.171	157.513.372

Cuadro 45 Fuente: Los autores 2004

4.4. ESTADO DE RESULTADOS

Cuadro 46

ESTADOS DE RESULTADOS		
1 ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2005		
ESTADO DE RESULTADOS	PARCIAL	TOTAL
INGRESOS OPERACIONALES		352.918.058
VENTAS	352.918.058	
COSTOS DE VENTAS		116.113.844
Costos de ventas	116.113.844	
GASTOS		72.631.356
Gastos de administración	39.400.689	
Gastos de ventas	2.592.000	
Gastos Generales	9.972.000	
Gastos financieros	20.666.667	
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		188.745.200
UTILIDAD OPERACIONAL		164.172.858
INGRESOS NO OPERACIONALES		
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS Y RESERVAS		164.172.858
IMPUESTO SOBRE LA RENTA		57.460.500
IMPUESTOS SOBRE LAS VENTAS		10.514.462
TOTAL IMPUESTOS		67.974.962
UTILIDAD LIQUIDA		96.197.896
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		96.197.896

Fuente: Los autores 2004

Según el resultado del estado de resultados se muestra que la empresa es rentable dado el nivel de ganancia que muestra al finalizar el ejercicio.

4.5. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO

Según las informaciones y los cálculos del flujo de fondos y del estado de resultado permite prever que existen buenas condiciones para la determinación de la rentabilidad del proyecto, además ha permitido determinar ,los costos del proyecto y el monto de las inversiones, así como el precio que se deberá dar al producto.

5. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

5.1. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.1.1. Valor presente neto:

Si se considera una tasa de oportunidad dada en el sistema financiero se puede ver que la inversión que se quiere hacer es más rentable al aplicarla a la empresa restaurante de la U que al colocarla en un banco a una tasa del 11% que es el valor pagado por los depósitos bancarios.

Valor presente neto

Cuadro 47

FLUJO NETO DE CAJA					
AÑO	2005	2006	2007	2008	2009
INGRESOS	352.918.058	450.542.352	490.828.861	534.079.999	580.391.229
EGRESOS	261.264.995	307.324.028	356.734.792	391.484.828	422.877.857
FLUJO DE CAJA	91.653.063	143.218.324	134.094.069	142.595.171	157.513.372

VALOR PRESENTE NETO					
AÑO	2005	2006	2007	2008	2009
VPN DE INGRESOS	0	406.626.672	399.807.163	392.633.212	385.089.608
VPN DE EGREGOS	0	277.368.256	290.580.152	287.803.224	280.579.478
NUEVO FNC	0	129.258.416	109.227.011	104.829.988	104.510.130

Fuente: Los autores 2004

5.1.2. Tasa interna de retorno:

Se hace necesario tener un conocimiento adecuado de la tasa a la cual rentará el proyecto, por ello se realiza el cálculo de la TIR, el cual nos ha permitido ver una rentabilidad del 338% global para el proyecto durante los primeros 5 años de operación.

Cuadro 48

TASA INTERNA DE RETORNO					
INVERSION	50.000.000				
FNC	91.653.063	143.218.324	134.094.069	142.595.171	157.513.372
TASA SUPERIOR	215%				
VALORES	29.188.874	14.525.774	4.331.324	1.466.852	516.023
TASA INFERIOR	214%				
VALORES	29.096.210	14.433.694	4.290.204	1.448.314	507.884
AJUSTE DE TASA	214,1142				

Fuente: Los autores 2004

5.1.3. Relación Beneficio – Costo RB/C.

Al mostrarse una relación superior a la unidad muestra que el proyecto presenta un ascenso en sus beneficios y que es viable como lo muestra el cuadro siguiente.

Cuadro 49

AÑO	2005	2006	2007	2008	2009
RELACION BENEFICIO COSTO	1,35	1,47	1,38	1,36	1,37

Fuente: Los autores 2004

5.1.4. Análisis de sensibilidad.

Con reducción de ingresos del 15% dadas las condiciones cambiantes del mercado se calcula una tasa de rentabilidad que muestre la resistencia de la economía de la empresa ante las eventualidades que se puedan presentar, en este caso ante una caída del 15% en los ingresos es decir, una reducción de 15% en los ingresos por concepto de ventas, según esto el proyecto tendría una tasa de retorno del 236%.

Cuadro 50

ANALISIS DE SENSIBILIDAD MENOS RES INGRESOS					
INVERSION	50.000.000				
FNC	52.463.314	97.119.720	80.583.850	83.872.447	94.081.694
TASA SUPERIOR	136%				
VALORES	22.324.814	17.586.187	6.209.325	2.750.096	1.312.701
TASA INFERIOR	136%				
VALORES	22.230.218	17.437.468	6.130.727	2.703.780	1.285.124
AJUSTE DE TASA	135,4627				

Fuente: Los autores 2004

Del mismo modo se a probado con la existencia de un incremento en los costos del 15%, es decir alzas en las materias primas, insumos, mano de obra etc, mostrando una tasa de retorno del 281.13%

Cuadro 51

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON 15% DE REDUCCION EN INGRESOS					
INVERSION	50.000.000				
FNC	38.715.354	75.636.972	60.469.740	62.483.171	70.454.688
TASA SUPERIOR	104%				
VALORES	19.071.603	18.354.479	7.228.530	3.679.416	2.043.759
TASA INFERIOR	103%				
VALORES	18.978.115	18.174.974	7.122.748	3.607.800	1.994.156
AJUSTE DE TASA	103,7556				

Fuente: Los autores 2004

5.2. INCIDENCIAS DEL PROYECTO EN EL ENTORNO

5.2.1. Efectos como inversión:

Los efectos sobre la inversión son excelentes dados los resultados arrojados en general por la evaluación financiera en general y por las tasas de retorno en forma particular por lo cual se amerita la implementación de la empresa.

5.2.2. Efectos sobre el medio ambiente:

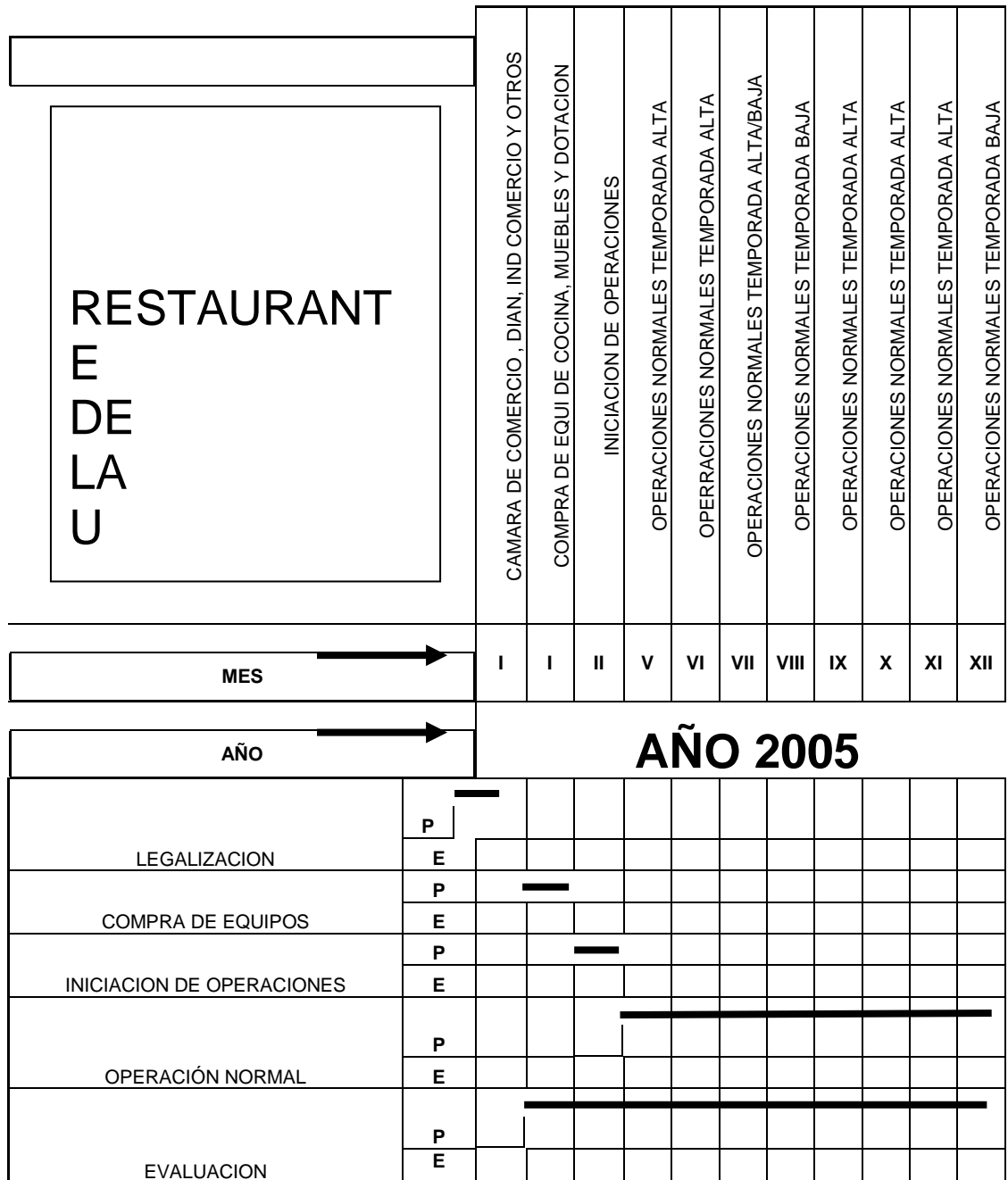
Para efectos de minimizar los efectos contaminantes en aguas y especialmente en residuos se creara una cultura al interior del restaurante de disposición de basuras y uso racional del agua de tal manera que esto también permita garantizar la seguridad sanitaria.

5.3. EVALUACIÓN SOCIAL

Los efectos sobre la población son positivos en todos los aspectos, primero en los referentes a la responsabilidad con los inversionistas los cuales recuperan su inversión de manera satisfactoria, segundo los clientes estarán convenientemente atendidos y gozaran de las garantías de calidad que se pueden brindar en un servicio de esta clase, la comunidad en general se vera beneficiada en cuanto al empleo generado para algunos de sus miembros lo que favorece a sus familias.

6. PLAN DE IMPLEMENTACION

Para la organización de las actividades iniciales de la empresa se diseña la presente grafica de gantt a fin de dar orden a las labores a desarrollar



CONCLUSIONES GENERALES

La empresa restaurante de la U es factible dadas las condiciones del entorno particular que lo rodeo, el mercado los requerimientos técnicos y las condiciones financieras que se han determinado.

Existe dentro del mercado estudiantil de la Universidad de Pamplona demanda para el servicio de alimentación que se quiere ofrecer y se detecta una gran inconformidad con el servicio que en la actualidad se esta prestando.

Las condiciones de la ciudad permite el desarrollo de las actividades de la empresa ya que en ella es posible acceder a las materias primas, los insumos, los servicios, el personal y la capacidad administrativa requerida para el desarrollo de la empresa propuesta.

La empresa requiere de un capital inicial de \$ 50.000.000 para lo cual se accede a una línea de crédito de libre inversión del Banco Agrario de Colombia, la iniciativa presenta una excelente rentabilidad y viabilidad y las condiciones financieras le son favorables aun en caso de adversidades en el mercado de materias primas e insumos o en una eventual caída de las ventas.

BIBLIOGRAFÍA

Contreras Buitrago, Marco Elías. Formulación y Evaluación de Proyectos. Universidad Nacional Abierta y a Distancia Facultad de Ciencias Administrativas, Santa fe de Bogotá: Unisur. 1996. 592 p.

Martínez Henao, Jesús Emilio. Compras y Suministros. Universidad Nacional Abierta y a Distancia Facultad de Ciencias Administrativas. Santa fe de Bogotá, Unisur. 2000. 287 p.

Cifuentes, Álvaro y Cifuentes, Rosa María. Planeación Comercial. Universidad Nacional Abierta y a Distancia Facultad de Ciencias Administrativas. Santa fe de Bogotá, Unisur. 1999. 382 p.

Cifuentes, Álvaro; Cifuentes, Rosa María y SABOGAL SABOGAL, Narciso. Investigación de Mercados. Universidad Nacional Abierta y a Distancia Facultad de Ciencias Administrativas. Santa fe de Bogotá: Unisur. 1995. 602 p.

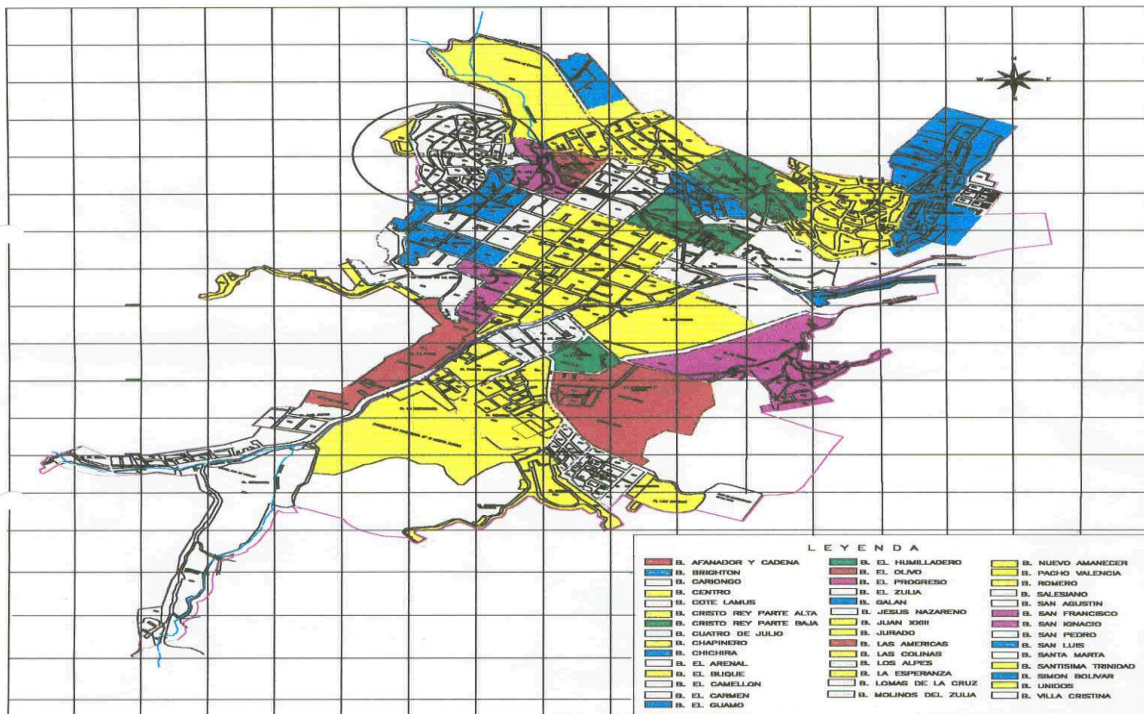
Bernardo Vanegas, Garavito. Promoción de Ventas. Universidad Nacional Abierta y a Distancia Facultad de Ciencias Administrativas. Santa fe de Bogotá: Unisur, 1999. 292 p.

Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. Normas Colombianas para la presentación de tesis de grado. Bogotá: CONTEC., 2000.104 P.

ANEXOS

ANEXO 1: Mapa de la ciudad de Pamplona

MAPA POLITICO MUNICIPIO DE PAMPLONA



ANEXO 2: PORCIONES ESTABLECIDAS PARA UN MENÚ DIARIO

1/3

ALIMENTO	MEDIDA	CANTIDAD
LECHE		
Leche de vaca líquida	1 vaso coca colero	180 c.c.
Leche pasteurizada	1 vaso coca colero	180 c.c.
Leche en polvo completa	5 cucharadas soperas rasas	25 gr.
Yogurt	1 Vaso	180 c.c.
QUESO O SUSTITUTO		
Queso	1 tajada delgada	30 gr.
Quesito	1 tajada delgada	30 gr.
Huevo	1 unidad	50 gr.
Salchicha	1 un mediana o 2 tipo Viena	30 gr.
Mortadela	1 tajada	30 gr.
Salchichón	1 tajada	28 gr.
Jamón	1 tajada	30 gr.
Chorizo	1 unidad	30 gr.
LEGUMINOSAS		
Fríjol rojo cocido	1/2 pocillo	100 gr.
Lentejas cocidas	1/2 pocillo	100 gr.
Garbanzos cocidos	1/2 pocillo	100 gr.
Arvejas cocidas	1/2 pocillo	100 gr.
Arvejas verdes	1/2 pocillo	75 gr.
Fríjol verde	1/2 pocillo	75 gr.
Habas verdes	1/2 pocillo	75 gr.
Harinas compuestas	3 cucharadas	21 gr.
CEREALES Y DERIVADOS		
Arroz cocido	4 cucharadas soperas	80 gr.
Arroz integral	4 cucharadas soperas	80 gr.
Maíz cocido	1/2 pocillo	85 gr.
Avena	3 cucharadas	21 gr.
Cebada perlada	3 cucharadas	21 gr.
Harina de trigo, de maíz, de arroz	3 cucharadas	21 gr.
Arepa delgada	1 unidad mediana	60 gr.
Arepa redonda	1 unidad pequeña	40 gr.
Pastas alimenticias	1/2 pocillo (cocidas)	60 gr.
Pan blanco	1 rebanada	20 gr.
Galletas de soda	6 unidades	22 gr.
Galletas Saltines	8 unidades	20 gr.
Galletas Macarena	3 unidades	21 gr.
Galletas Waffers	4 unidades	20 gr.
Hojaldre	2 unidades	30 gr.

ALIMENTO	MEDIDA	CANTIDAD
Pan de bono	1 pequeño	30 gr.
Pan dulce	1 pequeño	30 gr.
Com flakes	10 cucharadas	20 gr.
Buñuelo	1 unidad pequeña	30 gr.
Pandequeso	1 unidad pequeña	30 gr.
Pan integral	1 rebanada	23 gr.
Chócolo (maíz tierno)	1/3 pocillo	60 gr.
Tostadas o calados	2 unidades	20 gr.
TUBERCULOS Y PLATANOS		
Arracacha	1 unidad pequeña	60 gr.
Papa común	1 unidad mediana	100 gr.
Papa criolla	3 unidades medianas	100 gr.
Yuca	1 trozo mediano	70 gr.
Guineo	1 unidad	70 gr.
Plátano madura	1/2 unidad pequeña	80 gr.
Plátano verde	1/2 unidad pequeña	80 gr.
Batata	1 unidad pqueña	100 gr.
Ñame	1 pedazo mediano	100 gr.
FRUTAS RICAS EN VITAM C		
Guayaba	2 unidades medianas	110 gr.
Papaya	1 tajada	120 gr.
Naranja (jugo)	1 vaso	180 gr.
Fresas	1 pocillo (12 a 15 unidades)	130 gr.
Curuba	2unidadesgrandes	100 gr.
Naranja	1 mediana	100 gr.
Mango	1 unidad pequeña	75 gr.
Toronja	1/2 unidad mediana	120 gr.
Anón	1 unidad pequeña	50 gr.
Lulo (jugo)	1 vaso	180 gr.
Lima	1 unidad mediana	100 gr.
OTRAS FRUTAS		
Tomate de árbol	2 unidades medianas	100 gr.
Mandarina	1 unidad grande	100 gr.
Moras	12a15 unidades	120 gr.
HORTALIZAS O VERDURAS RICAS EN VITAMINA "A"		
Pimentón		
Zanahoria		

ALIMENTO	MEDIDA	CANTIDAD
Ahuyama Col Espinaca Repollo hojas verdes Acelga Tomate		
OTRAS HORTALIZAS		
Pepino cohombro Pepino de rellenar Rábano rojo Apio Calabaza o victoria Remolacha Cidrayota Pimentón morón verde Repollo hojas blancas Lechuga común Lechuga romana Brócoli Berenjena Habichuela Repollitas de Bruselas Guisantes Cebolla de huyo Alcachofas		
CARNES:	La porción consiste en dividir una libra en 5 partes de carne magra de res, pollo, pescado, conejo, ternera	

ANEXO 3: LISTA DE GRANOS

A Precios de 2004

NOMBRE	PRECIO/kg.
Sal	252
Azúcar	876
Arroz	732
Maíz	444
Panela	672
Mazamorra	756
Arveja	420
Blanquillo	1.800
Nescafé	3.948
Aceite	3.168
Huevos x 12 UN	1.590
Maggi x 24 tabletas	1.902
Condimentos ajo x 125	954
Chocolisto x 1000 grs.	3.654
Chocolate	4.800
Papas	2.242
Café bastilla x 250 gr.	12.390
Aromáticas x 12 gr. 25	426
Té por 12 bolsas	420
Salsa tártara	14.064
Mayonesa	12.528

ANEXO 4: LISTADO DE CARNES

A Precios de 2004

NOMBRE	PRECIO / libra
Pollo	2.418
Pescado	4.992
Milanesa	2.196
Pescado Róbalo	1.464
Bagre	3.258
Mariscos	11.400
Camarones	9.288
Calamar	2.196
Trucha	2.784
Carnes frías	3.404
Punta de anca	2.760
Pulpa 2	2.678
Para sudar	2.680
Molida res	1.674
Cañón	3.834
Pernil	2.338
Costilla	2.166
Solomito	3.360

ANEXO 5: LISTADO HOGAR

A Precios de 2004 1/3

NOMBRE	PRECIO / libra
Sampicx 1000	2.088
Clorox 1000	2.538
Límpido x 250	732
Escoba	2.640
Trapeadoras	2.640
Axión xl000	1.632
Bolsa basura x 12	1.638
Guantes par	918
Cepillos	3.216
Papel aluminio x 8 m	978
Limpiones	1.320
Esponjilla brillo x 12	636
Esponja alambre x 4	654
Esponjax2	468
Ajax líquido	636
Jabón baño	780
Fabx3000gr.	8.268
Papel higiénico x 8	4.686
Jabón barra	294
Servilletas	864
Scott cocina x 2 rollos	14.838

Solomo Redondo	3.330
Lengua	1.800
Mondongo	1.296
Hueso	180
Riñón	1.032
Pajarilla	960
Posta	2.520
Corazón	960
Muchacho	2.520
Paella	2.520
Tocino	1.740
Espinzo	936
Pezuña	540
Salchichón kg.	4.800
Salchichas kg.	2.880
Atúncajax24	24.792
Salsa para carnes x 12	13.328
Vinagre grande	3.510
Pastas x 100 gr.	576
Harina trigo x 100 gr.	534
Espaguetis x 60 gr.	576

Crema de leche x 600	3.072
Taco galletas cx24	16.128
Bocadillo c x 30	23.220
Pan tajado	714
Pan perros x 8 unid.	504
Pan hamburguesa x 8 un	900

ANEXO 6: LISTADO DE LÁCTEOS

A Precios de 2004

NOMBRE	PRECIO/libra
Mantequilla x 100	2.520
Queso kilo	4.800
Queso parmesano	1.512
Yogurtx1000gr.	1.128
Leche bolsa	480
Jugo naranja x 1000	4.968
Arepas x 5 UN.	492

ANEXO 7: LISTADO DE VERDURAS

A Precios de 2004

1/3

NOMBRE	PRECIO/kg.
Papaya	768
Piña	648
Guanábana	900
Tomate árbol	936
Mora	630
Naranja	444
Maracuyá	1524
Melón	1.164
Mango	1.020
Manzana	948
Fresas	2.832
Limón	1.344
Lulo	1.674
Banano	372
Brevas	1.872
Coco	708
Espinaca	540
Fríjol verde	1.296

Guineo	217
Habichuela	936
Lechuga	216
Papa capira	762
Plátano verde	528
Plátano maduro	528
Remolacha	540
Repollo blanco	528
Repollo morado	672
Tomate aliño	1.236
Tomate riñón	1.140
Yuca	792
Zanahoria	750
Cebolla blanca	1.068
Cebolla junca	840
Cebolla roja	1.788
Cidra	636
Cilantro	1.176
Col común	468
Chócolo	1.284
Papa criolla	1.524
Papa zalamera	984
Pepino	624

3/3

Perejil cresco	1.740
Pimentón	2.232
Plátano común	516
Ajo	324
Apio	1.068
Arracacha	1.500