

|   |   |                     |                   |          |
|---|---|---------------------|-------------------|----------|
|  | <b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b> |                     |                   |          |
|   | Documento   | Código              | Fecha             | Revisión |
|   | <b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>  | <b>F-AC-DBL-007</b> | <b>08-07-2021</b> | <b>B</b> |
| Dependencia   | Aprobado  |                     | Pág.              |          |
| <b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>   | <b>SUBDIRECTOR ACADEMICO</b>                          |                     | <b>0(134)</b>     |          |

## RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

|   |   |                       |                |
|---|---|-----------------------|----------------|
| <b>AUTORES</b>  | <b>Martha Lucía Chinchilla Contreras</b>  |                       |                |
| <b>FACULTAD</b>   | <b>Ciencias Administrativas y Económicas</b>  |                       |                |
| <b>PLAN DE ESTUDIOS</b>   | <b>Administración de Empresas</b>   |                       |                |
| <b>DIRECTOR</b>   | <b>Henry Carrascal Carrascal</b>  |                       |                |
| <b>TÍTULO DE LA TESIS</b>   | <b>Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante tipo buffet en Ocaña Norte de Santander</b>   |                       |                |
| <b>TITULO EN INGLES</b>   | <b>Feasibility study for the creation of a buffet restaurant in Ocaña Norte de Santander</b>  |                       |                |
| <b>RESUMEN</b><br>(70 palabras)   |   |                       |                |
| <p>Durante los últimos cuatro años, Ocaña ha tenido un auge en restaurantes que satisfacen los gustos alimenticios de los Ocañeros; sin embargo, se pudo evidenciar a través de la observación, que, a pesar de haber tanto crecimiento en restaurantes, aún no existe uno que sea completamente tipo buffet. Por ello, se realizaron los ocho estudios de factibilidad para la creación del primer restaurante tipo buffet en Ocaña.</p> |   |                       |                |
| <b>RESUMEN EN INGLES</b>  |   |                       |                |
| <p>Over the past four years, Ocaña has seen a boom in restaurants catering to the food tastes of Ocañeros; however, it was possible to show through observation that, despite there being so much growth in restaurants, there is still not one that is completely buffet-style. For this reason, the eight feasibility studies were carried out for the creation of the first buffet restaurant in Ocaña.</p>                            |   |                       |                |
| <b>PALABRAS CLAVES</b>  | Estudio de Factibilidad, Gastronomía, Cultura Gastronómica, Restaurante, Restaurante Tipo Buffet, Estudio De Mercado, Estudio Técnico, Estudio Administrativo, Estudio Legal, Estudio Económico Financiero, Estudio Social y Ambiental. |                       |                |
| <b>PALABRAS CLAVES EN INGLES</b>  | Feasibility Study, Gastronomy, Gastronomic Culture, Restaurant, Buffet Restaurant, Market Study, Technical Study, Administrative Study, Legal Study, Financial Economic Study, Social and Environmental Study.                          |                       |                |
| <b>CARACTERÍSTICAS</b>  |   |                       |                |
| <b>PÁGINAS:</b> 136   | <b>PLANOS:</b>  | <b>ILUSTRACIONES:</b> | <b>CD-ROM:</b> |



**Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante tipo buffet en Ocaña Norte de Santander**

Martha Lucía Chinchilla Contreras

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Universidad Francisco de Paula Santander

Ocaña

Administración de Empresas

Mg. Henry Carrascal Carrascal

19 de agosto de 2022

## Índice

|   |    |
|---|----|
| Capítulo 1. Estudio de Factibilidad para la creación de un restaurante tipo buffet en |    |
| Ocaña Norte de Santander .....  | 12 |
| 1.1 Planteamiento del Problema.....   | 12 |
| 1.2 Formulación del Problema .....  | 13 |
| 1.3 Objetivos .....   | 13 |
| 1.3.1 Objetivo General.....   | 13 |
| 1.3.2 Objetivos Específicos .....   | 13 |
| 1.4 Justificación.....  | 14 |
| 1.5 Delimitaciones.....   | 15 |
| 1.5.1 Geográfica.....   | 15 |
| 1.5.2 Temporal .....  | 15 |
| 1.5.3 Conceptual .....  | 15 |
| 1.5.4 Operativa .....   | 16 |
| Capítulo 2. Marco referencial .....   | 17 |
| 2.1 Marco Histórico.....  | 17 |
| 2.1.1 A nivel mundial .....   | 17 |
| 2.1.2 A nivel nacional.....   | 18 |
| 2.1.3 A nivel local.....  | 19 |
| 2.2 Marco Contextual.....   | 20 |
| 2.2.1 Municipio de Ocaña Norte de Santander.....                                      | 20 |

|   |    |
|---|----|
| 2.3 Marco Conceptual .....                            | 21 |
| 2.2.1 Gastronomía.....                                | 21 |
| 2.2.2 Cultura gastronómica.....                       | 22 |
| 2.2.3 Restaurante .....                               | 22 |
| 2.2.4 Restaurante tipo buffet.....                    | 25 |
| 2.2.5 Estudio de mercado .....                        | 27 |
| 2.2.6 Estudio técnico .....                           | 28 |
| 2.2.7 Estudio Administrativo.....                     | 28 |
| 2.2.8 Estudio Legal.....                              | 29 |
| 2.2.9 Estudio Económico Financiero.....               | 29 |
| 2.2.10 Estudio Ambiental y Social .....               | 30 |
| 2.4 Marco Teórico.....                                | 30 |
| 2.5 Marco Legal .....                                 | 35 |
| 2.5.1 Ley 300 de 1996 - Artículo 87.....              | 35 |
| 2.5.2 Constitución Política de Colombia de 1991 ..... | 35 |
| 2.5.3 Decreto 0803 De 2013.....                       | 36 |
| 2.5.4 Decreto 343 De 2021 .....                       | 37 |
| 2.5.5 Ley 2069 de 2020 .....                          | 37 |
| 2.5.6 Resolución 2674 de 2013 .....                   | 37 |
| Capítulo 3. Diseño metodológico .....                 | 39 |
| 3.1 Tipo de investigación .....                       | 39 |
| 3.2 Población y muestra .....                         | 39 |
| 3.2.1 Población .....                                 | 39 |

|  |    |
|--|----|
|  | 4  |
| 3.2.2 Muestra .....  | 40 |
| 3.3 Diseño de instrumentos de recolección de la información y técnicas de análisis de<br>datos .....                             | 40 |
| 3.4 Análisis de información .....  | 41 |
| Capítulo 4. Resultados .....   | 42 |
| 4.1 Estudio de mercado para conocer la demanda, aceptación y características del<br>servicio de un restaurante tipo buffet. .... | 42 |
| 4.1.1 Análisis de la encuesta.....   | 42 |
| 4.1.2 Análisis de la demanda.....  | 60 |
| 4.1.3 Análisis de la oferta .....  | 61 |
| 4.1.4 Características del servicio .....   | 63 |
| 4.1.5 Estrategias de marketing.....  | 63 |
| 4.2 Estudio técnico para la creación de un restaurante tipo buffet en Ocaña Norte de<br>Santander.....                           | 68 |
| 4.2.1 Localización del restaurante tipo buffet .....   | 68 |
| 4.2.2 Tipo de empresa.....   | 69 |
| 4.2.3 Proceso de producción.....   | 70 |
| 4.2.4 Requerimientos físicos .....   | 71 |
| 4.2.5 Requerimientos mano de obra .....  | 73 |
| 4.2.6 Distribución de Planta .....   | 74 |
| 4.3 Estudio administrativo y legal para la creación de un restaurante tipo buffet en<br>Ocaña Norte de Santander.....            | 75 |
| 4.3.1 Estudio Administrativo.....  | 75 |

|   |     |
|---|-----|
| 4.3.2 Estudio Legal.....  | 100 |
| 4.4 Estudio ambiental y social para la creación de un restaurante tipo buffet en Ocaña<br>Norte de Santander..... | 107 |
| 4.4.1 Estudio Ambiental.....  | 107 |
| 4.4.2 Estudio Social.....   | 108 |
| 4.5 Estudio económico financiero para la creación del restaurante tipo buffet. ....                               | 109 |
| 4.5.1 Estudio Financiero.....   | 109 |
| 4.5.2 Estudio Económico.....  | 122 |
| 5. Conclusiones.....  | 125 |
| 6. Recomendaciones .....  | 126 |
| Referencias.....  | 127 |
| Apéndices.....  | 132 |
| Apéndice A. Encuesta dirigida a la población Ocañera .....  | 132 |

## Lista de Tablas

|   |    |
|---|----|
| <b>Tabla 1</b> Clasificación de restaurantes por categorías .....                       | 23 |
| <b>Tabla 2</b> Continuación Tabla 1- Clasificación de restaurantes por categorías ..... | 24 |
| <b>Tabla 3</b> Clasificación de restaurantes por conceptos .....                        | 24 |
| <b>Tabla 4</b> Continuación Tabla 3-Clasificación de restaurantes por conceptos .....   | 25 |
| <b>Tabla 5</b> Frecuencia de visita a restaurantes de la ciudad de Ocaña N.S .....      | 42 |
| <b>Tabla 6</b> Compañía al acudir a algún restaurante .....                             | 44 |
| <b>Tabla 7</b> Medio de transporte al ir a un restaurante.....                          | 45 |
| <b>Tabla 8</b> Importancia de que un restaurante tenga un parqueadero.....              | 46 |
| <b>Tabla 9</b> Tiempo de visita a restaurantes.....                                     | 48 |
| <b>Tabla 10</b> Horario de visita a restaurantes.....                                   | 49 |
| <b>Tabla 11</b> Gasto promedio de consumo en un restaurante .....                       | 50 |
| <b>Tabla 12</b> Elementos de ambientación .....   | 51 |
| <b>Tabla 13</b> Elementos del servicio .....  | 53 |
| <b>Tabla 14</b> A favor o en contra de la creación del restaurante tipo buffet .....    | 54 |
| <b>Tabla 15</b> <i>Ubicación del restaurante</i> .....                                  | 56 |
| <b>Tabla 16</b> Tipo Guarnición .....   | 57 |
| <b>Tabla 17</b> Tipo de entretenimiento .....   | 58 |
| <b>Tabla 18</b> Medio de publicidad .....   | 59 |
| <b>Tabla 19</b> Distribución de la demanda proyectada a cinco años .....                | 61 |
| <b>Tabla 20</b> Oferta del restaurante tipo Buffet .....                                | 62 |
| <b>Tabla 21</b> Precio proyectado a cinco años, según el IPC .....                      | 65 |
| <b>Tabla 22</b> Local en arrendamiento.....   | 71 |

|   |    |
|---|----|
| <b>Tabla 23</b> Muebles y enseres .....   | 71 |
| <b>Tabla 24</b> Maquinaria y Equipo.....  | 72 |
| <b>Tabla 25</b> Equipo de computación y comunicación .....  | 73 |
| <b>Tabla 26</b> Talento humano requerido .....  | 73 |
| <b>Tabla 27</b> Manual de Funciones del Restaurante Buffet Buena Vida-Propietario .....                   | 79 |
| <b>Tabla 28</b> Manual de Funciones del Restaurante Buffet Buena Vida-Gerente .....                       | 80 |
| <b>Tabla 29</b> Manual de Funciones del Restaurante Buffet Buena Vida-Contador.....                       | 81 |
| <b>Tabla 30</b> Manual de Funciones del Restaurante Buffet Buena Vida-Cajero .....                        | 82 |
| <b>Tabla 31</b> Manual de Funciones del Restaurante Buffet Buena Vida-Chef .....                          | 83 |
| <b>Tabla 32</b> Manual de Funciones del Restaurante Buffet Buena Vida-Auxiliar de Cocina .....            | 84 |
| <b>Tabla 33</b> Manual de Funciones del Restaurante Buffet Buena Vida-Mesero.....                         | 85 |
| <b>Tabla 34</b> Manual de Funciones del Restaurante Buffet Buena Vida-Servicios Generales.....            | 86 |
| <b>Tabla 35</b> Reglamento Interno Restaurante Buffet Buena Vida.....                                     | 87 |
| <b>Tabla 36</b> Manual de Procedimientos del Restaurante Buffet Buena Vida.....                           | 88 |
| <b>Tabla 37</b> Continuación Tabla 36-Manual de Procedimientos del Restaurante Buffet Buena Vida<br>..... | 89 |
| <b>Tabla 38</b> Continuación Tabla 36-Manual de Procedimientos del Restaurante Buffet Buena Vida<br>..... | 90 |
| <b>Tabla 39</b> Continuación Tabla 36-Manual de Procedimientos del Restaurante Buffet Buena Vida<br>..... | 91 |
| <b>Tabla 40</b> Continuación Tabla 36-Manual de Procedimientos del Restaurante Buffet Buena Vida<br>..... | 92 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Tabla 41</b> Continuación Tabla 36-Manual de Procedimientos del Restaurante Buffet Buena Vida | 93  |
| <b>Tabla 42</b> Continuación Tabla 36-Manual de Procedimientos del Restaurante Buffet Buena Vida | 94  |
| <b>Tabla 43</b> Continuación Tabla 36-Manual de Procedimientos del Restaurante Buffet Buena Vida | 95  |
| <b>Tabla 44</b> Continuación Tabla 36-Manual de Procedimientos del Restaurante Buffet Buena Vida | 96  |
| <b>Tabla 45</b> Continuación Tabla 36-Manual de Procedimientos del Restaurante Buffet Buena Vida | 97  |
| <b>Tabla 46</b> Continuación Tabla 36-Manual de Procedimientos del Restaurante Buffet Buena Vida | 98  |
| <b>Tabla 47</b> Continuación Tabla 36-Manual de Procedimientos del Restaurante Buffet Buena Vida | 99  |
| <b>Tabla 48</b> Acciones distribuidas  | 102 |
| <b>Tabla 49</b> Maquinaria y Equipo  | 110 |
| <b>Tabla 50</b> Muebles y enseres  | 111 |
| <b>Tabla 51</b> Equipo de computación y comunicación   | 111 |
| <b>Tabla 52</b> Inversión fija   | 112 |
| <b>Tabla 53</b> Inversión diferida   | 112 |
| <b>Tabla 54</b> Talento humano requerido   | 113 |
| <b>Tabla 55</b> Gastos de personal   | 114 |
| <b>Tabla 56</b> Gastos de funcionamiento   | 115 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Tabla 57</b> Costos diferidos .....                        | 115 |
| <b>Tabla 58</b> Costos de producción, fijos y variables ..... | 116 |
| <b>Tabla 59</b> Ingresos Año 1 .....                          | 117 |
| <b>Tabla 60</b> Ingresos por años .....                       | 117 |
| <b>Tabla 61</b> Depreciación .....                            | 118 |
| <b>Tabla 62</b> Balance Inicial .....                         | 119 |
| <b>Tabla 63</b> Estados de Resultados.....                    | 120 |
| <b>Tabla 64</b> Flujo de Caja.....                            | 121 |

## Lista de Figuras

|   |    |
|---|----|
| <b>Figura 1.</b> Clasificación de Buffet.....   | 26 |
| <b>Figura 2</b> Años de las teorías de la administración .....                        | 32 |
| <b>Figura 3</b> Frecuencia de visita a restaurantes de la ciudad de Ocaña N.S.....    | 43 |
| <b>Figura 4</b> Compañía al acudir a algún restaurante .....                          | 44 |
| <b>Figura 5</b> Medio de transporte al ir a un restaurante .....                      | 45 |
| <b>Figura 6</b> Importancia de que un restaurante tenga un parqueadero .....          | 47 |
| <b>Figura 7</b> Tiempo de visita a restaurantes .....                                 | 48 |
| <b>Figura 8</b> Horario de visita a restaurantes .....                                | 49 |
| <b>Figura 9</b> Gasto promedio de consumo en un restaurante .....                     | 50 |
| <b>Figura 10</b> Elementos de ambientación.....                                       | 52 |
| <b>Figura 11</b> Elementos del servicio.....  | 53 |
| <b>Figura 12</b> A favor o en contra de la creación del restaurante tipo buffet ..... | 55 |
| <b>Figura 13</b> Ubicación del restaurante .....                                      | 56 |
| <b>Figura 14</b> Tipo Guarnición .....  | 57 |
| <b>Figura 15</b> Tipo de entretenimiento.....   | 58 |
| <b>Figura 16</b> Medio de publicidad.....   | 59 |
| <b>Figura 17</b> Características del restaurante tipo buffet .....                    | 63 |
| <b>Figura 18</b> Restaurante Buena Vida .....   | 64 |
| <b>Figura 19</b> Las 4p del restaurante tipo buffet .....                             | 67 |
| <b>Figura 20</b> Mapa de Ocaña, Norte de Santander .....                              | 68 |
| <b>Figura 21</b> Micro Localización.....  | 69 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Figura 22</b> Proceso de producción del restaurante tipo buffet .....                                  | 70  |
| <b>Figura 23</b> Distribución de la Planta .....  | 74  |
| <b>Figura 24</b> Misión y visión del Restaurante Buffet Buena Vida.....                                   | 75  |
| <b>Figura 25</b> Objetivos del Restaurante Buffet Buena Vida .....  | 76  |
| <b>Figura 26</b> Valores del Restaurante Buffet Buena Vida.....   | 77  |
| <b>Figura 27</b> Organigrama del Restaurante Buffet Buena Vida.....                                       | 78  |
| <b>Figura 28</b> Acciones del Restaurante Buffet Buena Vida para la prevención del impacto ambiental..... | 108 |

## **Capítulo 1. Estudio de Factibilidad para la creación de un restaurante tipo buffet en Ocaña Norte de Santander**

### **1.1 Planteamiento del Problema**

Los restaurantes en el país son considerados como una importante fuente económica, donde los emprendedores de pequeñas y medianas empresas buscan el sello diferenciador de la competencia; por lo tanto, se considera importante llegar a todos los segmentos del mercado e impactar con el servicio que se presta, y así lograr un efecto positivo en el crecimiento, el arte y la calidad. Según la RAE, la gastronomía, es considerada el arte de preparar una buena comida, dicho arte incluye el proceso de preparación y la calidad de los productos que se utilizan (RAE, 2020).

Durante los últimos cuatro años, Ocaña ha tenido un auge en la prestación de servicios gastronómicos que satisfagan los gustos alimenticios de la población Ocañera; en cada centro poblado del municipio hay un rincón lleno de sabores por descubrir, con identidad, razón social, su propia forma de administrar y atender al cliente.

Dado lo anterior, se pudo evidenciar a través de la observación, que a pesar de haber tanto crecimiento en locales comerciales de restaurantes, en Ocaña sólo existe un restaurante tipo buffet ubicado al frente del parque central, el cual brinda el estilo de servicio donde los alimentos están a disposición del comensal sobre una mesa y este tiene la oportunidad de escoger según las opciones de alimentos; sin embargo, este restaurante únicamente ofrece tres tipos de alimentos diarios, situación que con respecto al concepto tipo buffet no se considera correcto, pues lo

debido es tener una variedad de sabores mínimo de 10 alimentos diarios donde el cliente pueda no sólo elegir qué comer, sino también la cantidad.

A través de este estudio se pudo conocer la factibilidad para la creación de un restaurante tipo buffet en la ciudad de Ocaña Norte de Santander, con carácter innovador, logrando ampliar la experiencia de la gastronomía Ocañera.

## **1.2 Formulación del Problema**

¿Es viable la creación de un restaurante tipo buffet en la ciudad de Ocaña Norte de Santander?

## **1.3 Objetivos**

### ***1.3.1 Objetivo General***

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante tipo buffet en Ocaña Norte de Santander.

### ***1.3.2 Objetivos Específicos***

Conocer a través de un estudio de mercado la demanda, aceptación y características del servicio de un restaurante tipo buffet.

Ejecutar el estudio técnico para la creación de un restaurante tipo buffet en Ocaña Norte de Santander.

Elaborar el estudio administrativo y legal para la creación de un restaurante tipo buffet en Ocaña Norte de Santander.

Realizar el estudio ambiental y social para la creación de un restaurante tipo buffet en Ocaña Norte de Santander.

Determinar a través de un estudio económico financiero cómo se obtendrán los recursos para financiar y poner en marcha la creación del restaurante tipo buffet.

#### **1.4 Justificación**

El estudio de factibilidad tiene como fin principal realizar estudios que permitan conocer la realidad del emprendimiento en una cultura donde cada vez se lucha más por tener “lo propio” y contribuir al fomento del emprendimiento en la región, logrando la implementación de estrategias para la formación emprendedora, que generen una cultura emprendedora y el desarrollo de iniciativas empresariales basados en los diferentes aspectos internos y externos, la demanda y el servicio que se desea emprender.

Dado lo anterior, la prestación del servicio gastronómico en Ocaña ha tenido un gran auge; sin embargo, no existe un restaurante que sea completamente tipo buffet en la zona urbana, como tampoco un estudio de factibilidad que permita conocer la viabilidad de la creación del mismo; por ende, es una gran oportunidad la creación de un restaurante tipo buffet en Ocaña, debido a que a pesar de que ya existe un restaurante que medianamente ha implementado el concepto buffet; la población Ocañera ganaría una nueva experiencia en el arte de la gastronomía, la generación de empleo y la satisfacción en el servicio.

Finalmente, en esta investigación se aplicaron los conceptos y conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera profesional en administración de empresas, con un enfoque multidisciplinar que permitirá ejecutar los términos con fundamentación teórica y práctica.

## **1.5 Delimitaciones**

### ***1.5.1 Geográfica***

El estudio de factibilidad para la creación de un restaurante tipo buffet se desarrolló en la zona urbana de Ocaña Norte de Santander.

### ***1.5.2 Temporal***

El estudio se desarrolló en un lapso de ocho semanas, contadas a partir de la aprobación del anteproyecto.

### ***1.5.3 Conceptual***

En el estudio de factibilidad se presentan los siguientes conceptos: gastronomía, cultura gastronómica, restaurante, restaurante tipo buffet, estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo, estudio legal, estudio económico financiero, estudio social y ambiental.

#### ***1.5.4 Operativa***

En la ejecución del estudio de factibilidad, una posible barrera para su debido desarrollo es que la muestra elegida para la determinación de la demanda no proporcione el tiempo y espacio para la aplicación de la encuesta.

## Capítulo 2. Marco referencial

### 2.1 Marco Histórico

#### 2.1.1 A nivel mundial

Durante la historia, han ocurrido acontecimientos que hasta la actualidad se han mantenido y tienen una estructura, que nadie se imaginaba emanaría de una tradición común. La historia del buffet nace en el país de Francia, donde la corte francesa en sus banquetes y festividades ordenaban a sus cocineros preparar deliciosos platos que estuvieran listos para servir a los invitados durante varios días, hasta que los comensales quedaran satisfechos. Lo curioso de esta tradición común en la época, es que los cocineros debían preparar más de 8 platos por invitado, y el invitado no se podía rehusar a consumirlo, ya que era visto como un rechazo a los anfitriones. Dado lo anterior, y como se debe pensar, ha de ser difícil para un invitado comer 8 platos sin quejarse por respeto al anfitrión, por ello, durante el siglo XVII, los anfitriones optaron por iniciar el concepto de ubicar mesas en la fiesta con variedad de platos ya preparados y del cual el invitado podía elegir, sin tener la obligación de comerlo todo. (Revista Alacarta, 2014)

Según la revista Alacarta, el término buffet, era conocido como “ambigús” y fue inicialmente construido dicho concepto por el rey Luis XIV, quien cuando tenía visitas íntimas, amigos o familiares, optaba por hacer banquetes tipo buffet, ya que se consideraban más informales; luego, esta costumbre se fue expandiendo a las tradicionales fiestas con bailes. Sin embargo, realmente se le atribuye a la revolución francesa la construcción estructural del buffet, debido a que era necesario que las personas redujeran su afinación por comer en exceso, sobre

todo en la corte francesa, que, al llegar el fin de la revolución, el pueblo pudo disfrutar de manera más abierta el placer burgués de los restaurantes. (Revista Alacarta, 2014)

Dada a la revolución, los restaurantes no contaban con mano de obra calificada que satisficiera la necesidad de la demanda, pues entonces, en lugar de contratar meseros que sirvieran los alimentos hasta el cliente, el alimento se servía en una mesa larga y se invitaba al comensal a pasar al “buffet”, para que un mesero les sirviera el alimento en su respectivo plato y ellos continuamente podían sentar en su lugar llevando su comida. Pasado el tiempo, se fue popularizando en todo el país francés este concepto de restaurante, el cual hasta la actualidad ha sido aceptada por todos los continentes, en algunos con más fuerza que otros. (Revista Alacarta, 2014)

### ***2.1.2 A nivel nacional***

Colombia ha sido desde décadas un país cuya gastronomía es tan variable como su diversidad, y para indagar sobre ello, es importante adentrarse a los tiempos aquellos cuando los indígenas no habían sido colonizados por los españoles, y las maneras de servir sus alimentos era informal y diversa, es decir, preparaban los alimentos que ellos mismos cultivaban y casaban, para luego servirlo en hojas de plátano, fique o vasijas de barro. Luego, con la invasión de los españoles a tierra colombiana, durante el año 1499 hasta el año 1550, Colombia tuvo una transformación gastronómica, pues la adoctrinación no sólo fue en las costumbres, vestidos y fe, sino que también en los alimentos, la preparación y forma de servir los mismos. Entonces, en la época de la colonización los refrescos y las comidas servidas en vasijas de materiales extraños, para los indígenas nativos, poco a poco fueron aceptados por la población mestiza. A través de la

historia colombiana, se fue desarrollando un enfoque gastronómico a las tradiciones adquiridas en la época, y que aún en la actualidad se conocen y consumen; alimentos como el tamal, el bocadillo beleño, arepas de maíz, la yuca, la panela y la chicha. (Restrepo, 2020)

Lo anterior, ha creado una gastronomía colombiana con mezclas indígenas y españolas que conforman platos tan tradicionales como sus creadores. Actualmente, no existe registro alguno sobre la historia de los restaurantes tipo buffet en Colombia, sin embargo, en la actualidad sí existen diversos restaurantes que tiene el modelo de servicio buffet, el cual es variado según la cantidad de platos que se preparan, para luego servirlos en la mesa y así el comensal se acerque y le sea servido su alimento.

### ***2.1.3 A nivel local***

Desde siempre se ha sabido que, la gran influencia de su gastronómica de Ocaña se debe a los indígenas de la región, que desde tiempos atrás han enseñado y aportado el sello caracterizador frente a las demás regiones. La arepa ocañera, los tamales, el pan ocañero son alimentos natos de la región. Sin embargo, productos muy conocidos como la cebolla ocañera y la fruta cocota, son sin duda uno de los íconos de la ciudad. (Ocaña Turística, 2015)

Ocaña, es sin duda un municipio lleno de comercio y emprendimientos que han enriquecido la forma de crecimiento a través de los años. Pequeños locales de comidas, hasta grandes restaurantes han sido uno de los factores más determinantes, sin embargo, el modelo de servicio al comensal es el tradicional, sólo se ha observado un tipo de servicio tipo buffet, el cual se encuentra en el local comercial Cedros del Líbano.

## **2.2 Marco Contextual**

### ***2.2.1 Municipio de Ocaña Norte de Santander***

El municipio de Ocaña queda ubicado en el departamento de Norte de Santander, Colombia. Se considera la capital de la región del Catatumbo, debido a que es el centro afluyente de los municipios que pertenecen a esa zona. Fue fundada el 14 de diciembre de 1570, por el militar Francisco Fernández de Contreras, de origen español. Actualmente cuenta con una población de 101.158 habitantes, el municipio está medido por 46.300 hectáreas de tierra, las cuales son 463,00 km<sup>2</sup>, así mismo, cuenta con una altitud de 1.183 metros sobre el nivel del mar. (Municipios de Colombia, 2022)

Ocaña limita con sentido al norte con los municipios de El Carmen, Teorama y Convención; con sentido al noreste con el municipio de San Calixto; con sentido al noroeste el municipio de Gonzáles; al este con el municipio de La Playa de Belén; con sentido al sur y suroeste, el municipio de San Martín; al sureste con el municipio de Ábrego; y finalmente limita con sentido al oeste con el municipio de Río de Oro. (Municipios de Colombia, 2022)

Actualmente Ocaña es una de las regiones del Norte de Santander que se encuentra en el crecimiento urbano; este municipio es un municipio que se dedica al comercio y los pequeños emprendimientos. Cuenta con un clima que no es menor a los 8°C ni mayor a los 30°C, lo cual se considera muy favorable para los habitantes de la región Ocañera. El alrededor de Ocaña se encuentra acompañado del afluyente Río Catatumbo y dentro de ella el Río Tejo. Finalmente, Ocaña, cuenta con una variedad de alimentos que son de origen campesino, entre ellas se destaca

la arepa Ocañera, sancochos, tamales, el pan ocañero, y la fruta conocida como cacota.  
(Municipios de Colombia, 2022)

## **2.3 Marco Conceptual**

### ***2.2.1 Gastronomía***

Según la Real Academia Española (RAE), la gastronomía se define como el conjunto lleno de arte que lleva a la preparación de una comida de buen gusto, el cual se desarrolla según las costumbres culinarias de un país, específicamente una región o lugar donde haya afición del buen comer. (Real Academia Española (RAE), 2021)

Dado lo anterior, los autores Di Clemente, et al. (2013), afirman que la gastronomía está enriquecida por la cultura e historia de una región, siendo así, que la gastronomía es una actividad con múltiples potenciales, por ello, la gastronomía, según los autores, es quien da la experiencia enriquecedora del paladar. (p. 2)

Finalmente, la gastronomía es un concepto que va más allá de lo relacionado a un plato típico o alimentos de una región en específico o general, sino consiste en un concepto que abarca las tradiciones, las costumbres, el estilo de vida, las personas, e incluso los procesos de producción de los alimentos. ( Di Clemente, et al., 2013)

### **2.2.2 Cultura gastronómica**

Según los autores, Ochoa y Santamaría (2020), se entiende por cultura como las prácticas múltiples encaminadas a las construcciones sociales que determinan las costumbres, hábitos, comportamientos y tradiciones de una generación a otra. Dado lo anterior, la Fundación Prenauta (2018), define la cultura gastronómica como una expresión cultural de una zona, región, o país, la cual se estructura como un elemento de identidad en los territorios.

Fusté-Forné (2016), relaciona la gastronomía y la cultura como un símbolo territorial, es decir, las bases constructivas y el arraigo de un determinado lugar, define la naturaleza de la cultura gastronómica en las regiones como una identidad infalible que se arraiga en los cultivos del campo, los productos derivados de ellos, los platos típicos hechos con sus bases, la decoración y atributo del plato servido, y la forma de consumo del alimento procesado. (p.1)

Todo lo anterior forma la estructura básica y la definición de lo que es y conocemos hoy día como la cultura gastronómica, dicho término no se limita a un determinado lugar o país, ni tampoco difiere de la estructura básica de una sola percepción. La cultura gastronómica es en sí, el conjunto de tradiciones y costumbres que requiere el proceso del buen comer, de las bases, tradiciones y de la identidad.

### **2.2.3 Restaurante**

Se entiende por restaurante como un establecimiento en el cual los clientes buscan satisfacer la necesidad de alimentarse, generalmente un restaurante tiene una estructura básica de

consumo, donde el cliente llega al lugar, se sienta a la mesa, revisa el menú y espera que sea servido, finalmente procede a cancelar el valor del servicio y producto. ( Bembibre , 2009)

Para la RAE, se entiende por restaurante, como un establecimiento público en donde un consumidor va por comidas y bebidas, las cuales son servidas en el local y requieren de un pago al final. (Real Academia Española, 2022)

Los restaurantes están clasificados según su categoría y concepto, por ello en la Tabla 1 y Tabla 2 se pueden observar cuáles son y en qué consisten.

**Tabla 1**

*Clasificación de restaurantes por categorías*

| <b>Clasificación por categorías</b>                   | <b>Característica</b>  |
|---|--|
| <b>Restaurante de lujo<br/>(5 tenedores)</b>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Tiene políticas internas e internas.</li> <li>-Su organización es eficaz.</li> <li>-Su estructura física es de la mejor calidad.</li> <li>-Su decoración y temática es la más innovadora, conservadora o estructural posible, son cuidadosamente elegidos los elementos según su temática.</li> <li>- Tiene un acceso especial para los empleados y proveedores</li> <li>- Los alimentos son preparados en el momento que el cliente los pide, son de la mejor calidad, se escogen a la carta y son servidos a la mesa.</li> <li>-Son muy exclusivos.</li> <li>-Sus precios son costosos.</li> </ul> |
| <b>Restaurante de primera clase<br/>(4 tenedores)</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Se destacan como full service.</li> <li>-ofrecen alimentos a la carta.</li> <li>-ofrecen el menú con 5 a 7 diferentes tiempos de servicio.</li> <li>- Tiene un acceso especial para los empleados y proveedores</li> <li>-Son un poco más comunes.</li> <li>-Sus precios son costosos.</li> </ul>  |
| <b>Restaurante de segunda clase<br/>(3 tenedores)</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Es conocido como restaurante turístico.</li> <li>- No tiene un acceso especial para los empleados y proveedores.</li> <li>-El espacio de servicio es más restringido, su carta sólo tiene seis tiempos: entremeses, sopas y cremas, verduras, huevos o pastas, especialidades de pescado, especialidades de carnes y postres, dulces, helados o fruta.</li> <li>-Sus precios son moderados.</li> </ul>   |

**Tabla 2***Continuación Tabla 1- Clasificación de restaurantes por categorías*

| <b>Clasificación por categorías</b>               | <b>Característica</b>   |
|---|---|
| <b>Restaurante de tercera clase (2 tenedores)</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-No es lujoso.</li> <li>- Sólo ofrece una cantidad máxima de 4 entradas.</li> <li>-Necesita tener baño para hombres y mujeres.</li> <li>-Mantiene una buena presentación.</li> <li>-Tiene precios accesibles.</li> </ul> |
| <b>Restaurante de cuarta clase (1 tenedor)</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Es obligatorio que el comedor este separado de la cocina.</li> <li>-Ofrece menú sencillo.</li> <li>- Tiene materiales de trabajo sencillos.</li> <li>- No es necesidad de tener meseros con uniformes.</li> </ul>       |

*Nota.* Datos tomados de (Hernández, 2019)**Tabla 3***Clasificación de restaurantes por conceptos*

| <b>Clasificación por conceptos</b> | <b>Características</b>  |
|------------------------------------|---|
| <b>Restaurantes Gourmet</b>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Los alimentos son de la mejor y alta calidad.</li> <li>-Los alimentos son servidos a la mesa.</li> <li>-El servicio y menú son de primera clase.</li> <li>-Crean platillos poco comunes y muy bien elaborados.</li> <li>-Se destacan por tener recetas originales, según sea el estilo del chef principal.</li> <li>- Se considera un restaurante gourmet por la calidad de las recetas y alimentos.</li> </ul> |
| <b>Restaurante de especialidad</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Son conocidos por ofrecer un tipo de comida en específico.</li> <li>-Tiene una variedad limitada de platillos.</li> <li>- Pueden ser especializados Vegetarianos y macrobióticos.</li> <li>- Pueden ser especializados en pescados y mariscos.</li> <li>- Pueden ser especializados en Carnes rojas.</li> <li>- Pueden ser especializados en Aves.</li> </ul>   |
| <b>Restaurante Familiar</b>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Sus alimentos son sencillos.</li> <li>-Sus precios son accesibles.</li> <li>-La mayoría son franquicias.</li> <li>-El servicio es confiable.</li> <li>-Los emprendimientos pequeños hacen parte de este tipo de restaurante.</li> </ul>   |

**Tabla 4**

*Continuación Tabla 3-Clasificación de restaurantes por conceptos*

| <b>Clasificación por conceptos</b>  | <b>Características</b>  |
|-------------------------------------|---|
| <b>Restaurante tipo Buffet</b>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Existe una gran variedad de platillos ya preparados y dispuestos para que el cliente comensal elija.</li> <li>-Los precios son fijos por persona.</li> <li>-Lo que importa en este tipo de restaurantes es el precio y la cantidad de comida que se sirve.</li> </ul>   |
| <b>Restaurante de comida rápida</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Se consideran de tipo informales.</li> <li>-Su comida es rápida, frita y simple.</li> <li>-Sus productos pueden ser pizza, hamburguesas, pollo frito, salchipapas, etc.</li> <li>-Las franquicias suelen estar estandarizadas por este tipo de restaurante, ya que son procesos sencillos y rápidos de producción.</li> </ul> |
| <b>Restaurante Temático</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Se definen según la comida que ofrecen y el origen de la misma.</li> <li>-Pueden ser de origen como comida italiana, argentina, colombiana, etc.</li> <li>-Pueden ser de espectáculos, con decoraciones que crean la ilusión de estar involucrado en el tema, personaje, música, película, animal, etc.</li> </ul>            |
| <b>Restaurante Para llevar</b>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Los alimentos están exhibidos en vitrinas frías o calientes según su tipo.</li> <li>-El cliente selecciona el menú y es servido para llevar en recipientes desechables.</li> </ul>  |

*Nota.* Datos tomados de (Hernández, 2019)

#### ***2.2.4 Restaurante tipo buffet***

La palabra Buffet es de origen francés, nace originalmente a un producto conocido como mueble o aparador, que tiene como función guardar una vajilla. De allí nace el concepto de restaurante tipo Buffet, el cual consiste en un modelo de servicio de comida, en el que el comensal encuentra varios tipos de comida servida en unos recipientes de acero inoxidable de forma horizontal, tipo mesa. Algunos restaurantes tipo Buffet permiten que el cliente sea quien

se sirva su propio alimento, sin embargo, en otros, hay un empleado del restaurante que sirve lo que el cliente le pida que sirva. (Significados, 2020)

El comensal elige la cantidad de comida que desea según sus gustos y antojos, frío o caliente, una de las características principales es que es tipo autoservicio, así como está abierto en horarios de alimentos como desayuno, brunch, almuerzo y cena. (Significados, 2020)

Dado lo anterior, en la Figura 1, se refleja la clasificación del Buffet.

**Figura 1.**

*Clasificación de Buffet*



*Nota.* Construida de (Significados, 2020).

### ***2.2.5 Estudio de mercado***

Según el autor Baca (2001), el estudio de mercado es la parte inicial de una investigación oficial, y consiste, en que la demanda y la oferta serán identificadas y cuantificadas según el objeto de investigación; así mismo, consiste de manera abarcada en desarrollar el método de comercialización y el análisis de los precios de cierto producto o servicio a lanzar en el mercado. (p.7)

Este estudio es objetivo y lo que busca es que la información para la determinación de la oferta y la demanda sea obtenida de fuentes primarias, también se puede con fuentes secundarias, sin embargo, este último tipo de fuentes no proporcionarían, según el autor, la información de manera directa y confiable. (p.7)

Baca (2001), afirma que el estudio de mercado, además de lo anterior, permite que a la hora de buscar lanzar al mercado un nuevo producto o servicio, se logre la fijación de precios competitivos que permita ver al investigador cual es el mercado del producto o servicio, y cuál es el método de comercialización más oportuno para los mismos. Según la respuesta a la existencia de un mercado que adquiera el producto o servicio se debe continuar con el estudio. (p.8)

Así mismo, la autora Pelaez (2012), afirma que la demanda es conocida y percibida como la cantidad de servicios y bienes que un mercado solicita para poder satisfacer sus necesidades a un costo que están dispuestos a pagar. Por otra parte, la oferta es considerada como la cantidad de bienes y servicios que están en disposición del mercado para su adquisición.

En el momento de que el estudio de mercado determina el equilibrio entre la demanda y la oferta, el siguiente paso es determinar y analizar los precios de ese bien o servicio, por ello es necesario tener en cuenta factores determinantes como el costo de producción. Finalmente, y

como un factor determinante es necesario determinar el proceso de comercialización del bien o servicio, para que llegue en las condiciones óptimas a manos del cliente final en el tiempo y lugar que lo requiere logrando que el cliente y consumidor quede satisfecho con la decisión de compra. (Pelaez, 2012)

### ***2.2.6 Estudio técnico***

Los autores López, et al. (2020), afirman que el estudio técnico es el proceso de análisis de los elementos que integran el proceso de la prestación de un producto o servicio. Es fundamental para el estudio técnico, lograr saber a detalle la información del servicio o producto, para evitar errores y que sea funcional. (p.1)

Por otra parte en este estudio se especifica la apropiada localización y la forma técnica de administración y proceso productivo. Lo que concierne al estudio técnico específicamente se puede decir que es la localización tanto macro como micro, la dimensión del mercado, la distribución de la planta, la descripción de lo que requiere inversión tanto en el talento humano y en los materiales. (Baca, 2001)

### ***2.2.7 Estudio Administrativo***

El estudio administrativo, permite guiar la ejecución continua de un proyecto, logrando que la administración del mismo sea de manera efectiva, la más adecuada para el correcto funcionamiento. Dentro de los factores de este estudio, es importante determinar aspectos como

la misión, visión, principios, valores, objetivos, organigrama, manual de funciones y manual de procedimientos de un proyecto a ejecutar. (López, et al., 2020)

### ***2.2.8 Estudio Legal***

El estudio legal de un proyecto de factibilidad, es el lineamiento que rige la viabilidad según las leyes y normas de un país determinado que permita dar legalidad al proceso de construcción, producción o desarrollo de un producto o servicio. (Guerrero & Santacruz, 2016)

### ***2.2.9 Estudio Económico Financiero***

Este estudio, busca de manera objetiva y matemática económica ordenar la información que tiene como carácter los dineros que entran, salen, se invierten y gastan en un proyecto; determinando de manera clara los montos que se requieren para la inversión y la puesta en marcha de una idea de negocio. Dentro del estudio financiero se analizan y determinan los gastos de funcionamiento, gastos de administración, gastos diferidos, gastos de quipos y oficina, depreciación, maquinaria y equipo, capital de trabajo, Balance general, estados de resultados, punto de equilibrio. Dentro del estudio económico, se determina el Valor Presente Neto, Valor Actual Neto, Razón Costo Beneficio, Tasa Interna de Retorno, y la interpolación. (Pérez, 2022)

### ***2.2.10 Estudio Ambiental y Social***

Inicialmente, un estudio ambiental es aquel que busca de manera ordenada la identificación del efecto que puede llegar a tener las acciones que se lleven a cabo en la generación de un nuevo proyecto, logrando así poder prevenir y evaluar dichos efectos, ya sean positivos o negativos en el medio ambiente y según su origen, sea biológico, físico o ambiental. (Gestión de Recursos Naturales, 2020)

Por otra parte, un estudio social, es aquel que busca el compromiso de las empresas en el desarrollo y contribución en la sociedad desde su rol como productor que devenga. El proyecto, debe buscar que de manera efectiva el impacto social logre mejorar las condiciones socioeconómicas de la población. (Luna & Chavez, 2001)

## **2.4 Marco Teórico**

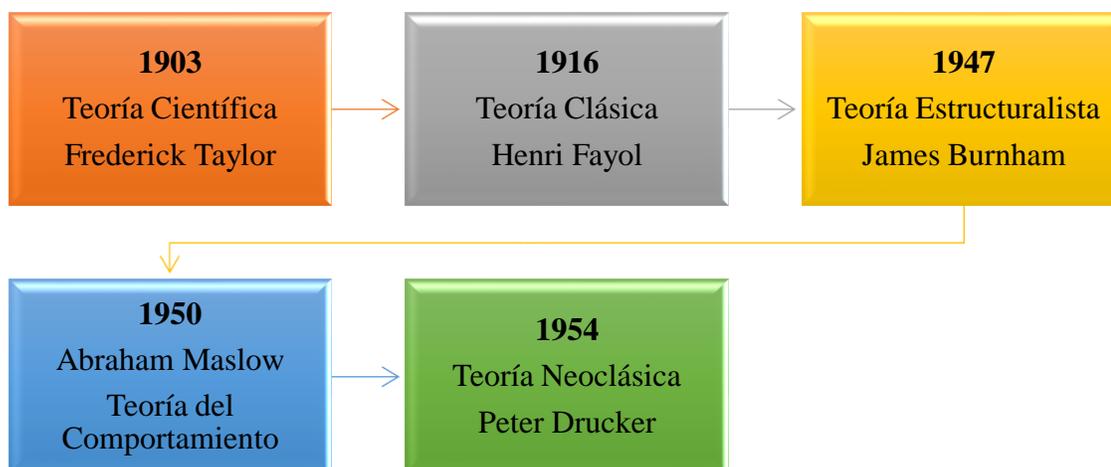
A continuación, se redactan los aportes de diferentes autores referentes a las teorías que se consideran pertinentes para este estudio de factibilidad; se desarrollan teorías de conceptos como: teoría de la factibilidad, teorías administrativas, teoría de mercado, teoría del crecimiento económico, teoría de la oferta y demanda y teoría de las necesidades.

Inicialmente la **teoría de la factibilidad** es conocida como el proceso en papel para la creación de un proyecto empresarial, enfocando la factibilidad como el estudio de los recursos que son necesarios para el cumplimiento de los objetivos, que permita materializar el propósito del estudio. Actualmente, la factibilidad es aquel estudio que analiza diferentes factores

necesarios para la ejecución de un fin, dichos factores son los estudios, los cuales se clasifican como técnicos, operativos, económicos, legales y ambientales. (Navarro, 2020)

Dado lo anterior, dentro de la teoría de la factibilidad, es indispensable hablar de los estudios que hacen parte inminente de ella, por ende, el aspecto operativo es aquel que estudia cuáles y cuántos son los recursos necesarios para el proyecto a ejecutar; por otra parte, según el autor Navarro (2020), el estudio técnico, consiste en desarrollar la estructura de las herramientas que tengan la estructura basada en conocimientos, habilidades y experiencias, las cuales son necesarias y fundamentales para el éxito del proyecto. El estudio económico, es aquel que se fundamenta en el área financiera, la cual busca responder de dónde surgen los recursos económicos necesarios para el proyecto, qué y cuánto capital utilizar. Continuando, el estudio legal, es importante, debido a que le da el lineamiento y la estructura que viabiliza el proyecto en el marco normativo y que por ende avala o no el proyecto; por otra parte, el estudio ambiental es fundamental para que el proyecto busque un enfoque que contribuya al medio ambiente y al desarrollo humano, el mismo autor, Navarro (2020), afirma que el estudio ambiental es aquel que permite el proceso de retroalimentación en el proyecto.

Así mismo, existen diferentes fuentes y autores que hablan sobre las **teorías administrativas**, las cuales son consideradas como aquellos argumentos y teorías que diferentes autores crean con el objetivo de definir y estudiar lo que es la administración y sus características. En la Figura 2, se observan las teorías, sus autores y años de creación.

**Figura 2***Años de las teorías de la administración*

Entre estas encontramos la teoría clásica, dicho autor es Henry Fayol, para él la administración conlleva a un enfoque organizacional y formal, así mismo, la empresa se puede argumentar en 6 grupos los cuales son las financieras, las técnicas comerciales, de seguridad, las contables y las administrativas; para Henry, cada uno de estos grupos tienen funciones conocidas como el proceso administrativo, el cual las rige a cada una: planear, organizar, dirigir y controlar. (Universidad de Nebrija, 2019)

Peter Drucker, habla de la teoría neoclásica basada en la teoría clásica, es importante entender, que este autor a pesar de que se fundamenta en conceptos básicos de Fayol, lo que él determinó fue la definición de las funciones de la administración, según esta teoría lo fundamental es que la empresa se trace objetivos alcanzables, con principios de responsabilidad, de estructura y de autoridad. La organización, como una unidad social, llena de recursos humanos, fue elaborada por James Burnham, quien jerarquizó en niveles técnico, gerencial e

institucional a la empresa, conocido como la teoría estructuralista, para el autor, es primordial poder visualizar como una unidad social a la organización.

La teoría científica, de Frederick Taylor, es aquella que se encarga del estudio y ejecución de los conceptos básicos de la administración y que son piedra angular para las organizaciones, la planeación, la preparación, el control, y la ejecución, cada una de ellas como principios necesarios para la administración. Finalmente, se encuentra la teoría del comportamiento, descrita por Abraham Maslow y que en efecto se enfoca a la organización, pero específicamente al recurso humano como factor importante de la empresa, describiendo a la administración como la puerta del crecimiento personal y las oportunidades. (Universidad de Nebrija, 2019)

Por otra parte, es importante lograr comprender que, la **Teoría del mercado**, es un elemento importante y principal del sistema capitalista, donde se efectúa la importante actividad comercial de bienes que son vendidos, ofertados y comprados; logrando determinar lo que hoy en día se conoce como oferta y demanda. Por ello, en esta teoría los términos fundamentales es la “mercancía” y los servicios que conlleven a la venta de la misma. Dichos servicios se dan a través de la oferta donde la demanda lo adquiere ocurriendo la actividad de venta. (Vargas, 2014)

Los consumidores y los productores, tienen una relación irrompible gracias a la interacción que le mercado ejerce entre ellos, esto es lo que se conoce como la **Teoría de la oferta y la demanda**, la cual permite que diferentes escenarios logren tener un mercado libre y competitivo. Es por ello, que el precio que tenga el producto en el mercado, varía dependiendo de la cantidad de productos que existen y la cantidad de consumidores que requieren de dichos productos. Logrando determinar que la oferta es directamente proporcional al precio, pues entre más alto sea el precio del producto, hay más unidades para la venta; sin embargo, con la demanda ocurre

lo contrario, pues la ley de la demanda afirma que, entre más alto sea el precio del producto menos posibles compradores tendrán el mismo. (Aquino , 2008)

La **teoría de las necesidades** ha sido muy estudiada por diferentes autores, donde su padre y creador ha sido Abraham Maslow, personaje psicólogo, que se dedicó al estudio humanístico con enfoque psicoanalítico, dicha teoría ha sido fundamental para múltiples estudios de diferentes campos académicos, sociales y empresariales. Abraham fue específico en afirmar que los seres humanos necesitan llenar algunos aspectos de su vida, mencionadas como “necesidades” las cuales al satisfacerse le darán la autorrealización al hombre. Por ende, clasifica 5 necesidades básicas en una pirámide, donde se observa que las necesidades fisiológicas son aquellas que dan base y fundamento a la pirámide, dichas necesidades son consideradas, según el autor, como aquellas que se caracterizan de la naturaleza y que son vitales para la existencia, por ejemplo, el aire, el calor, el alimento, el sexo, el agua y el sueño. (Quintero, 2011)

En el segundo escalón de la pirámide, se encuentran las necesidades de seguridad, las cuales se delimitan a través de los límites y las leyes que la sociedad ha implantado, el orden y la estabilidad, que le dan al ser humano la sensación de seguridad. Seguidamente, como tercer escalón, se encuentra la necesidad social de amor y pertenencia, la cual está enfocada en lo necesario que se hace para el ser humano amar y sentirse amado, tener una familia u hogar, tener amigos y un trabajo. En penúltimo escalón, se encuentra la necesidad de responsabilidad, logros, estatus y algo de fama, que le permita al hombre sentirse útil en su vida, lo cual pueda llenar algún vacío o espacio que aún no sabe tiene, y que le permita sentirse realizado. Finalmente, en el último escalón de la pirámide, para lograr la satisfacción total del ser humano, se encuentra la necesidad de autorrealización, la cual es fundamental para el crecimiento personal, y que

apoyada con las 4 anteriores, le dará al ser humano la sensación, y satisfacción de tener una vida plena y feliz. (Quintero, 2011)

## **2.5 Marco Legal**

### ***2.5.1 Ley 300 de 1996 - Artículo 87.***

El presente artículo, afirma que se conoce como establecimientos comerciales aquellos locales que son administrados por una persona natural o persona jurídica, y tienen como fin comercial la actividad económica de la producción y oferta de alimentos y bebidas de índole gastronómico como restaurantes o bares. (Congreso de la República de Colombia, 1996)

### ***2.5.2 Constitución Política de Colombia de 1991***

La Carta Magna de Colombia, ha establecido en el capítulo tres, artículo 78, que es la ley quien tendrá el control de todos los beneficios que le son ofrecidos a la ciudadanía, servicios comerciales en los que se efectúa la compra y venta para satisfacer sus necesidades. Dado lo anterior, es importante que la información que el público recibe sea transparente y honesta. Así mismo, se responsabiliza, según los derechos colectivos, a quienes tienen contra la salud y seguridad de los consumidores, por ello, el Estado garantiza que las organizaciones que prestan servicios de consumos sean rigurosas, pues la salud, seguridad y adecuado provisionamiento es lo que principal. Por otra parte, el artículo 79, del mismo capítulo, se establece el derecho de tener un ambiente sano, ya sea en locales comerciales como en las áreas ecológicas; si este

derecho, es vulnerado, el ciudadano tiene la referencia continua de poder exigir su cumplimiento. (Asamblea Nacional Constituyente, 1991)

El artículo 333, afirma que el bien común tiene ciertos límites dentro de los cuales se le da la libertad a las iniciativas privadas y la actividad económica, por ende, los dueños locales comerciales tienen el derecho de no permitir invasión de su local o retención de documentos, a menos que tenga una autorización de la ley. Así mismo, en este artículo se habla de la libre competencia económica como el derecho que tiene responsabilidades, pero se basa en que la empresa debe estar en constante desarrollo con obligaciones sociales que aporten a la ciudadanía. El estado, se compromete a que el desarrollo empresarial será estimulado, y evitar a toda costa el abuso que obstruya la libertad económica. Finalmente, el artículo 334 de la Carta Magna, afirma que el Estado colombiano tiene derecho a intervenir en el consumo de bienes y servicios ya sean de índole público o privado, esto, con el objetivo de la vida mantenga un estado de calidad, oportunidades, desarrollo y ambiente sano. (Asamblea Nacional Constituyente, 1991)

### ***2.5.3 Decreto 0803 De 2013***

El presente decreto, se dictó con el fin de relacionar el Impuesto Nacional de Consumo, en el cual el artículo 1, afirma que el servicio que los restaurantes y bares le prestan a la ciudadanía, se conforma por el valor total del precio del consumo, incluidas las bebidas u otros valores que se adicionan en el servicio. Así mismo, las propinas no hacen parte en este valor total, pues son voluntarias. (Santos, 2013)

#### **2.5.4 Decreto 343 De 2021**

En el artículo 2.2.4.1.4.3 llamado Modalidades de Establecimientos de gastronomía y bares turísticos, se afirma que los establecimientos de comercio de gastronomía que tienen como actividad económica vender a la ciudadanía alimentos preparados, frescos o procesados, con o sin bebidas alcohólicas se clasifican en: restaurantes; restaurantes de autoservicio; restaurante de comidas rápidas; comidas callejeras; camiones de comida; fruterías; salsamentarías; panaderías, reposterías, pastelerías o chocolaterías; cafés o cafeterías; piqueteaderos; cevicherías y pescaderías. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2021)

#### **2.5.5 Ley 2069 de 2020**

La presente ley, es conocida como la Ley de Emprendimiento, dicha ley tiene como objetivo impulsar el emprendimiento en el país. En ella se encuentran regulados las tarifas de los impuestos para los emprendedores, las causales de las sociedades comerciales, y el marco regulatorio para el crecimiento y la equidad social. Es importante, tener en cuenta que esta ley establece las medidas que permiten racionalizar y simplificar todos los tramites, los procesos y las tarifas de los emprendimientos.

#### **2.5.6 Resolución 2674 de 2013**

El Ministerio de Salud y Protección Social, establece a través de esta resolución parámetros que se deben tener en cuenta las personas naturales o jurídicas que se dedican a la

fabricación o procesamiento y comercialización de alimentos, con el fin de no poner en riesgo la salud pública de los colombianos. Esta resolución, en cada uno de sus artículos, rige las disposiciones para la manipulación de alimentos y su procesamiento para el consumo humano. (Ministerio de Salud y Protección Social, 2013)

En el cuerpo del documento, se define cada uno de los tipos de alimentos y sus posibles consecuencias, considerando que los siguientes conceptos: actividad acuosa, alimento, alimento adulterado, alimento alterado, alimento contaminado, alimento de mayor riesgo en salud pública, alimento de menor riesgo en salud pública, alimento derivado de un organismo genéticamente modificado OGM, alimento de riesgo medio en salud pública, alimento fraudulento, alimento perecedero y ambiente. (Ministerio de Salud y Protección Social, 2013)

## Capítulo 3. Diseño metodológico

### 3.1 Tipo de investigación

El estudio que se desarrolló es descriptivo, según la Universidad Estatal de Sandiego, dicho estudio consiste en recolectar cierta información sin necesidad de afectar el entorno de donde es tomada, en otras palabras, no se manipula la información obtenida. (Universidad Estatal de San Diego, 2021) Dado lo anterior, el estudio contó con un propósito aplicado y su enfoque fue cualitativo; dicho enfoque, consiste en que en el ambiente natural se estudia el objeto, logrando obtener el sentido e interpretar el fenómeno respecto al valor que las personas le dan. (Álvarez, et al., 2020)

### 3.2 Población y muestra

#### 3.2.1 Población

La población objeto de estudio estuvo conformada por todos los habitantes del municipio de Ocaña Norte de Santander, el cual según el último informe del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) son un total de 111.643 personas en la población cabecera urbana. (Gobernación de Norte de Santander, 2020)

### 3.2.2 Muestra

Dado a que la población objeto de estudio es de 111.643 personas, se hace necesario aplicar la fórmula para hallar la muestra del estudio:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Donde

n: Muestra

N: Tamaño de la población (111.643)

Za: Nivel de confianza (95%=1.96)

p: Nivel de aceptación (0.5)

q: Nivel de rechazo (0.5)

d: Margen de error (5%=0.05)

$$n = \frac{(111.643)(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(111.643 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 383$$

Para una muestra de estudio de 383 personas a encuestar.

### 3.3 Diseño de instrumentos de recolección de la información y técnicas de análisis de datos

Para la recolección de datos que permitió el desarrollo del estudio de mercados, se aplicó la técnica denominada encuesta como instrumento de cuestionario. Se conoce como encuesta, según García (2020), como una investigación que se le realizada a una muestra objeto de estudio

tomada de una población, a través de procesos que deben ser estandarizados e interrogativos con el fin de que se obtengan respuestas medibles cuantitativamente. (Ver apéndice A)

### **3.4 Análisis de información**

La información obtenida de los encuestados, se analizó a través de la tabulación, gráficos circulares, tablas estadísticas y columnas agrupadas; dicho análisis se hizo por cada pregunta respondida.

## Capítulo 4. Resultados

### 4.1 Estudio de mercado para conocer la demanda, aceptación y características del servicio de un restaurante tipo buffet.

En el estudio de mercados se desarrolló la tabulación y análisis de la encuesta aplicada a la muestra obtenida de la población objeto de estudio, esto, con el objetivo de conocer la aceptación para la creación de un restaurante tipo buffet en Ocaña N.S; luego, según los resultados obtenidos, se relaciona el análisis de la demanda, la oferta, y las características del servicio del restaurante.

#### 4.1.1 Análisis de la encuesta

A continuación, se relaciona el análisis de cada una de las 14 preguntas de la encuesta aplicadas a las 383 personas de la ciudad de Ocaña N.S.

**Tabla 5**

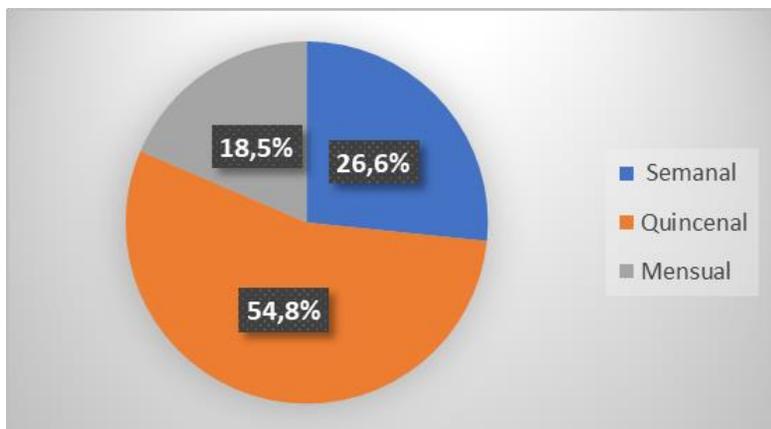
*Frecuencia de visita a restaurantes de la ciudad de Ocaña N.S*

| <b>Ítem</b>  | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------|-------------------|-------------------|
| Semanal      | 102               | 26,6%             |
| Quincenal    | 210               | 54,8%             |
| Mensual      | 71                | 18,5%             |
| <b>Total</b> | <b>383</b>        | <b>100,0%</b>     |

*Nota.* Tabla realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

**Figura 3**

*Frecuencia de visita a restaurantes de la ciudad de Ocaña N.S*



*Nota.* Figura realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

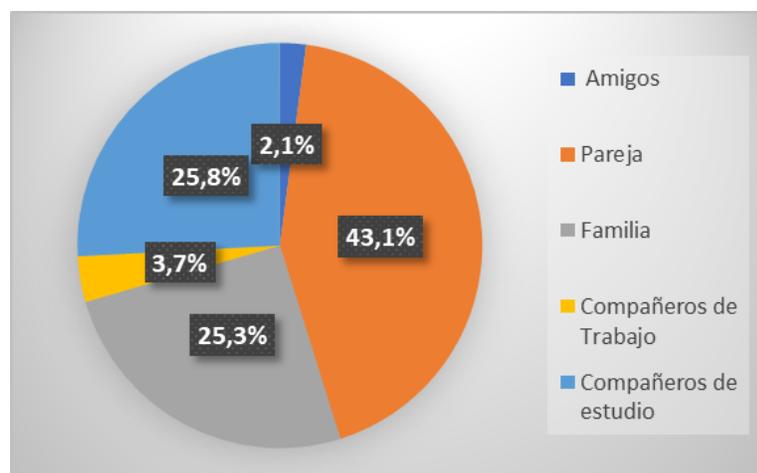
Con la primera pregunta, se buscaba conocer la regularidad de visita a restaurantes de la población Ocañera, con el objetivo de poder determinar la frecuencia del cliente en su hábito de comer en restaurantes. Se obtuvo que el 54,8% de la población asiste quincenalmente a los restaurantes, seguido de un 26,6%, y finalmente el 18,5% de la población afirma salir a comer en restaurantes mensualmente. De las 383 personas encuestadas, 210 conforman al grupo de quincenal, 102 al grupo semanal y 71 al grupo mensual.

Estas respuestas permiten comprender que, al momento de crear el restaurante tipo buffet, la frecuencia de que un cliente vaya por segunda vez es conforme a sus hábitos.

**Tabla 6***Compañía al acudir a algún restaurante*

| Ítem                  | Frecuencia | Porcentaje    |
|-----------------------|------------|---------------|
| Amigos                | 8          | 2,1%          |
| Pareja                | 165        | 43,1%         |
| Familia               | 97         | 25,3%         |
| Compañeros de Trabajo | 14         | 3,7%          |
| Compañeros de estudio | 99         | 25,8%         |
| <b>Total</b>          | <b>383</b> | <b>100,0%</b> |

*Nota.* Tabla realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

**Figura 4***Compañía al acudir a algún restaurante*

*Nota.* Figura realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

La segunda pregunta se hizo con el objetivo de conocer si el posible cliente a la hora de asistir a un restaurante lleva más de una persona con él. El 43% de los encuestados, afirma ir acompañado de su pareja; el 26% afirma que van a restaurantes con sus compañeros de estudio; el 25% dice ir con su familia; el 4% asiste con compañeros de trabajo y tan sólo el 2% con sus

amigos. Son 165 de las 383 personas encuestadas que asisten a restaurantes con su pareja; 99 con compañeros de estudio; 97 con su familia; 14 con compañeros de trabajo; y 8 con sus amigos.

Debido a que la mayoría de los encuestados afirma ir con alguien más a un restaurante, es importante tener en cuenta la capacidad de mesas disponibles en el restaurante tipo buffet.

**Tabla 7**

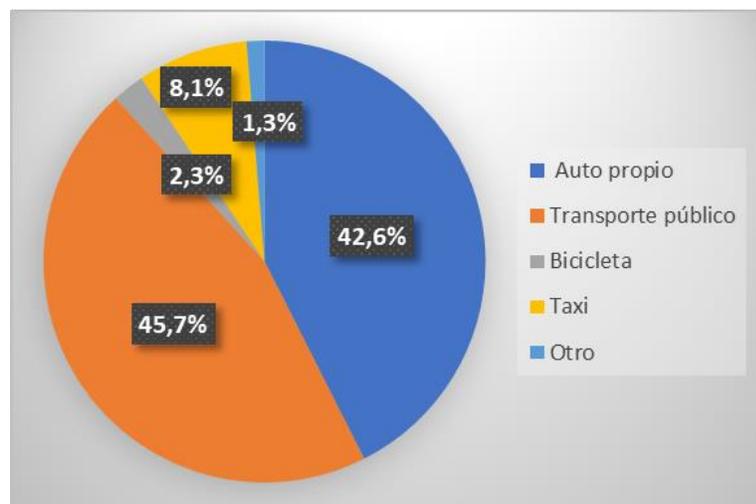
*Medio de transporte al ir a un restaurante*

| Ítem               | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------------|------------|---------------|
| Auto propio        | 163        | 42,6%         |
| Transporte público | 175        | 45,7%         |
| Bicicleta          | 9          | 2,3%          |
| Taxi               | 31         | 8,1%          |
| Otro               | 5          | 1,3%          |
| <b>Total</b>       | <b>383</b> | <b>100,0%</b> |

*Nota.* Tabla realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

**Figura 5**

*Medio de transporte al ir a un restaurante*



*Nota.* Figura realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

La pregunta número tres, permite observar, según los resultados obtenidos, que entre los medios de transporte conocidos como privado y público la población estudiada se moviliza generalmente, específicamente, se puede analizar que en auto propio se movilizan 163 de las 383 personas encuestadas; 175 en transporte público; 31 en taxi; y, 9 en bicicleta. Lo anterior, da un porcentaje de 45,7% de personas que se movilizan en transporte público, y 42,6% en auto propio.

Por los porcentajes anteriores, se determina, que el 50% de los encuestados, sumando “auto propio” y “bicicleta”, requieren de atención conforme a la siguiente pregunta, pues es importante tener en cuenta sus medios de transporte, para poder brindar un servicio que satisfaga sus necesidades.

**Tabla 8**

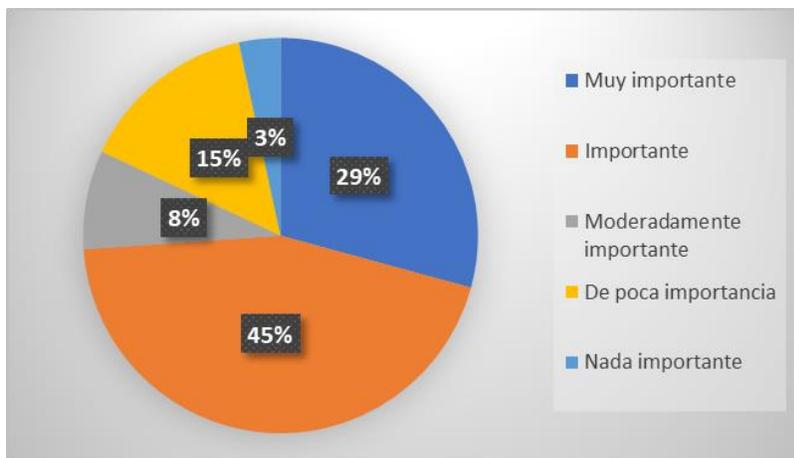
*Importancia de que un restaurante tenga un parqueadero*

| <b>Ítem</b>              | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------------------|-------------------|-------------------|
| Muy importante           | 112               | 29,2%             |
| Importante               | 171               | 44,6%             |
| Moderadamente importante | 31                | 8,1%              |
| De poca importancia      | 56                | 14,6%             |
| Nada importante          | 13                | 3,4%              |
| <b>Total</b>             | <b>383</b>        | <b>100,0%</b>     |

*Nota.* Tabla realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

**Figura 6**

*Importancia de que un restaurante tenga un parqueadero*



*Nota.* Figura realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

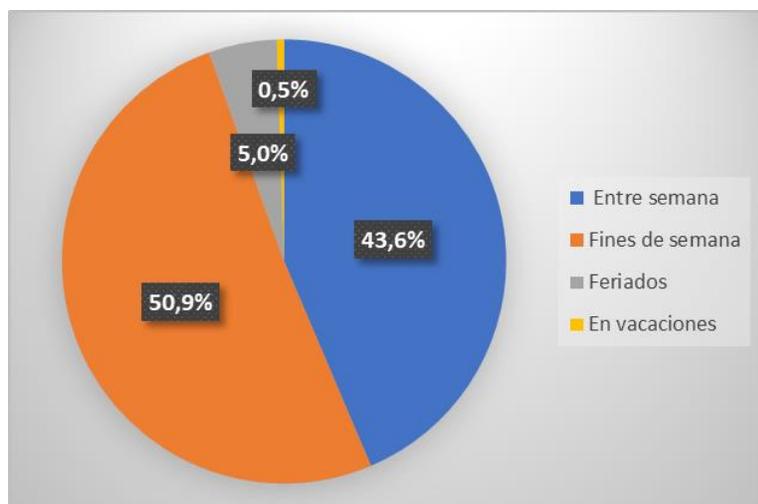
Para la pregunta cuatro, se logró evidenciar que sumando los ítems “muy importante” e “importante”, da un total de 73,8%, este valor es de la muestra que considera importante que el restaurante tenga un parqueadero disponible para uso de los clientes. Seguidamente, el 8,1% lo considera moderadamente importante, el 14,6 le da poca importancia y el 3,4 afirma ser nada importante.

De los 383 encuestados, la información anterior sería proporcional a que 283 personas consideran que es importante que el restaurante tenga un parqueadero en dónde se pueden guardar sus vehículos. Esta razón permite determinar que el restaurante tipo buffet debe tener el objetivo de crear un espacio de parqueo, que satisfaga los deseos del cliente.

**Tabla 9***Tiempo de visita a restaurantes*

| <b>Ítem</b>     | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|-----------------|-------------------|-------------------|
| Entre semana    | 167               | 43,6%             |
| Fines de semana | 195               | 50,9%             |
| Feriados        | 19                | 5,0%              |
| En vacaciones   | 2                 | 0,5%              |
| <b>Total</b>    | <b>383</b>        | <b>100,0%</b>     |

*Nota.* Tabla realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

**Figura 7***Tiempo de visita a restaurantes*

*Nota.* Figura realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

Con la pregunta número cinco, se pudo analizar que los porcentajes no están tan distantes en el caso particular de “entre semana” y “fines de semana”; el 50,9% de la población encuestada, afirma salir los fines de semana a restaurantes, el 43,6% dice hacerlo entre semana, el 5% los feriados y el 0,5% en vacaciones. En la Tabla 7, se puede observar que 195 son las

personas que suelen salir los fines de semana a visitar restaurantes; 167 son las que salen entre semana, 19 salen en feriados y 2 en vacaciones.

Esta información es relevante para la creación del restaurante tipo buffet, debido a que demuestra que tendrá movimiento continuo entre semana y los fines de semanas, permitiendo la venta de los diferentes tipos de menú que se producirán.

**Tabla 10**

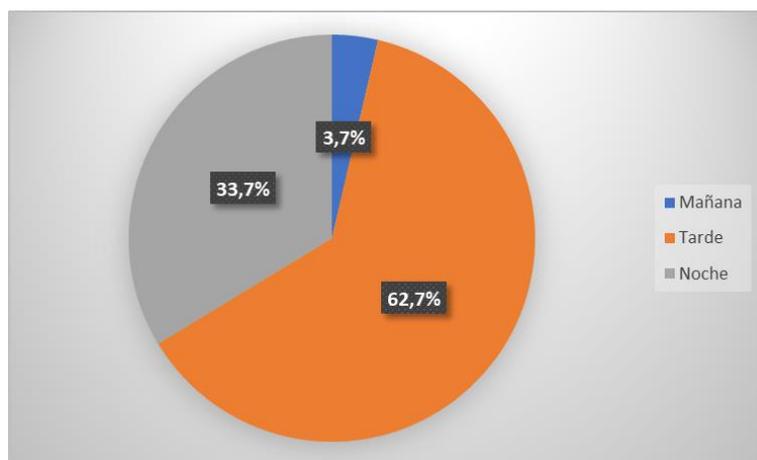
*Horario de visita a restaurantes*

| Ítem         | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------|------------|---------------|
| Mañana       | 14         | 3,7%          |
| Tarde        | 240        | 62,7%         |
| Noche        | 129        | 33,7%         |
| <b>Total</b> | <b>383</b> | <b>100,0%</b> |

*Nota.* Tabla realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

**Figura 8**

*Horario de visita a restaurantes*



*Nota.* Figura realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

La pregunta seis, se realizó con el objetivo de poder determinar los horarios de atención para la población ocañera, según lo obtenido, la población afirma visitar los restaurantes en horarios de la tarde y la noche, tan sólo un 3% de los encuestados afirman asistir en horarios de la mañana. Dado lo anterior, se determina que el restaurante ofrecerá los servicios de alimentos tipo buffet en horarios de la tarde hasta la noche.

**Tabla 11**

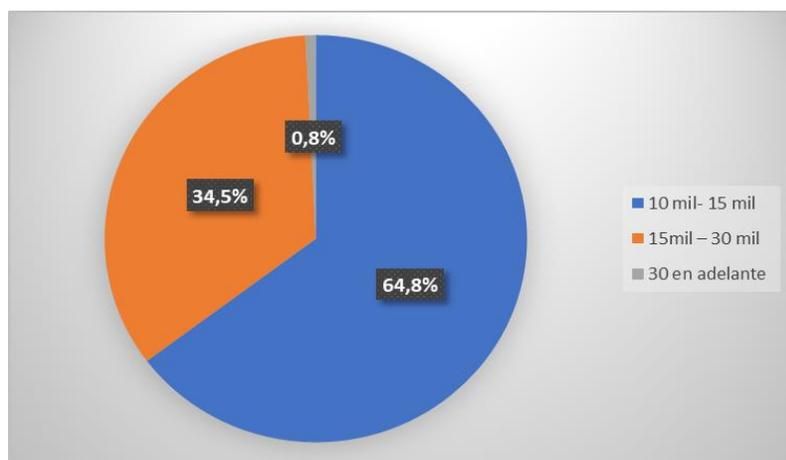
*Gasto promedio de consumo en un restaurante*

| Ítem           | Frecuencia | Porcentaje    |
|----------------|------------|---------------|
| 10 mil- 15 mil | 248        | 64,8%         |
| 15mil – 30 mil | 132        | 34,5%         |
| 30 en adelante | 3          | 0,8%          |
| <b>Total</b>   | <b>383</b> | <b>100,0%</b> |

*Nota.* Tabla realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

**Figura 9**

*Gasto promedio de consumo en un restaurante*



*Nota.* Figura realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

En la pregunta número siete, se pretendía encontrar un rango de gasto que usualmente el cliente tiene conforme a la compra de su alimento. En la Tabla 9, se puede observar que 248 personas de las 383 afirman gastar entre 10mil a 15 mil pesos; 132 encuestados afirman gastar entre 15mil y 30mil pesos; y, tan sólo tres personas afirman gastar de 30mil pesos en adelante.

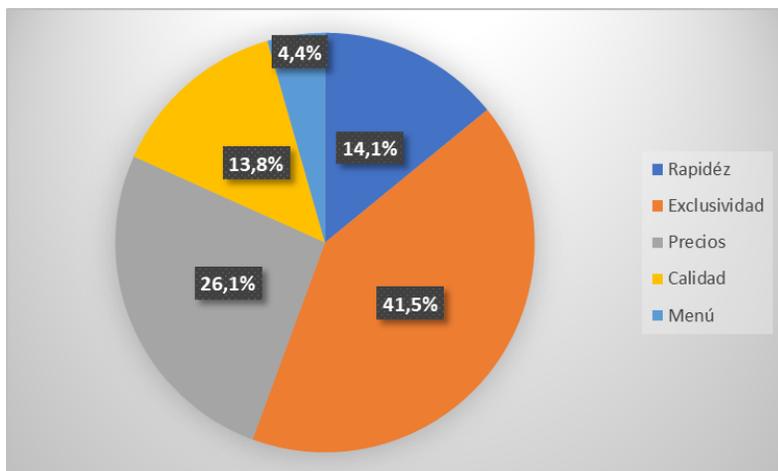
Es importante resaltar que los restaurantes tipo buffet se caracterizan por ofrecer sus alimentos a precios accesibles a todo tipo de población, por ello, gracias a estos porcentajes, se puede determinar que el rango de precios de los alimentos será fiel entre los 10mil y 15mil pesos.

**Tabla 12**

*Elementos de ambientación*

| <b>Ítem</b>  | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------|-------------------|-------------------|
| Rapidez      | 54                | 14,1%             |
| Exclusividad | 159               | 41,5%             |
| Precios      | 100               | 26,1%             |
| Calidad      | 53                | 13,8%             |
| Menú         | 17                | 4,4%              |
| <b>Total</b> | <b>383</b>        | <b>100,0%</b>     |

*Nota.* Tabla realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

**Figura 10***Elementos de ambientación*

*Nota.* Figura realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

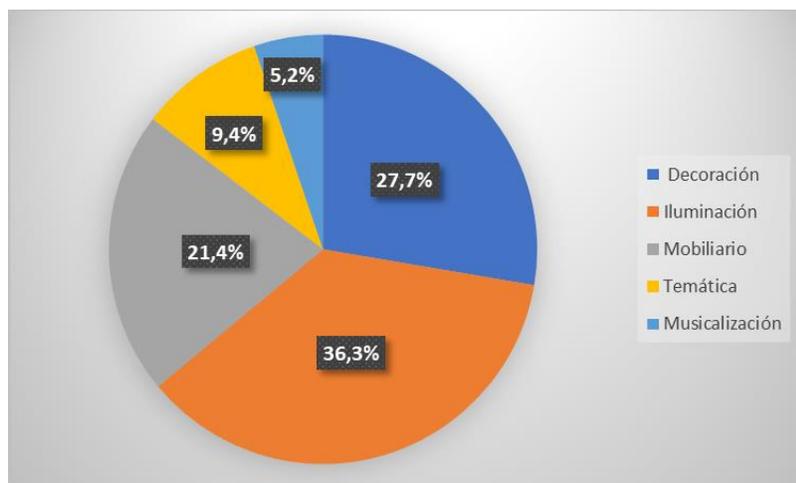
Para la pregunta ocho, los encuestados afirman en un 41,5% que la exclusividad es el elemento de ambientación más importante que considera a la hora de elegir un restaurante; luego, el 26,1% afirma que los precios es lo más importante; luego les sigue la rapidez y la calidad, finalmente el menú es quien tuvo un 4,4% de selección.

Por lo anterior, es importante destacar que el restaurante tipo buffet con el hecho de ser “buffet”, ya se considera exclusivo, es decir único en la ciudad de Ocaña, por ello, el factor de exclusividad es algo esencial.

**Tabla 13***Elementos del servicio*

| Ítem           | Frecuencia | Porcentaje    |
|----------------|------------|---------------|
| Decoración     | 106        | 27,7%         |
| Iluminación    | 139        | 36,3%         |
| Mobiliario     | 82         | 21,4%         |
| Temática       | 36         | 9,4%          |
| Musicalización | 20         | 5,2%          |
| <b>Total</b>   | <b>383</b> | <b>100,0%</b> |

*Nota.* Tabla realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

**Figura 11***Elementos del servicio*

*Nota.* Figura realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

El 36,3% de los encuestados afirman que la iluminación es el elemento más importante para un servicio de restaurante; el 27,7% afirma que la decoración es el elemento más importante, seguido, el 21,4% afirma que es el mobiliario, el 9,4% la temática; y, el 5,2% la musicalización.

En la Tabla 11, se puede observar que de los 383 encuestados, 139 personas están a favor de la iluminación, 106 de la decoración, 82 del mobiliario, 36 de la temática y 20 de la musicalización.

Dado lo anterior, se determina que es importante que el restaurante tipo buffet tenga buena iluminación y su decoración sea la adecuada para poder satisfacer las expectativas del posible cliente.

**Tabla 14**

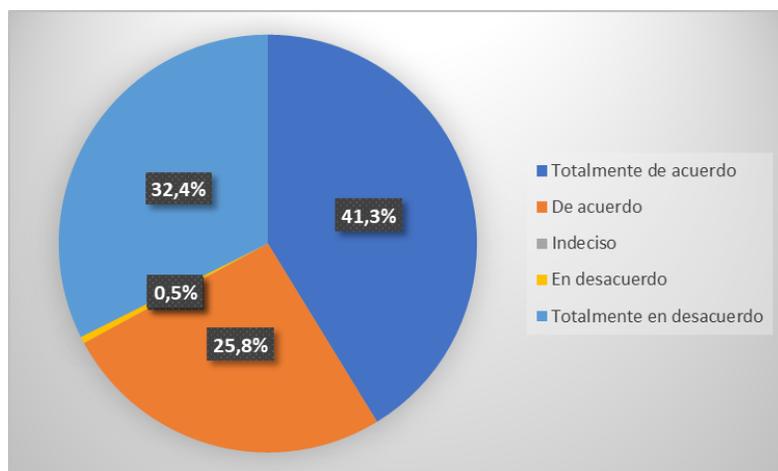
*A favor o en contra de la creación del restaurante tipo buffet*

| <b>Ítem</b>              | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------------------|-------------------|-------------------|
| Totalmente de acuerdo    | 158               | 41,3%             |
| De acuerdo               | 99                | 25,8%             |
| Indeciso                 | 0                 | 0,0%              |
| En desacuerdo            | 2                 | 0,5%              |
| Totalmente en desacuerdo | 124               | 32,4%             |
| <b>Total</b>             | <b>383</b>        | <b>100,0%</b>     |

*Nota.* Tabla realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

**Figura 12**

*A favor o en contra de la creación del restaurante tipo buffet*



*Nota.* Figura realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

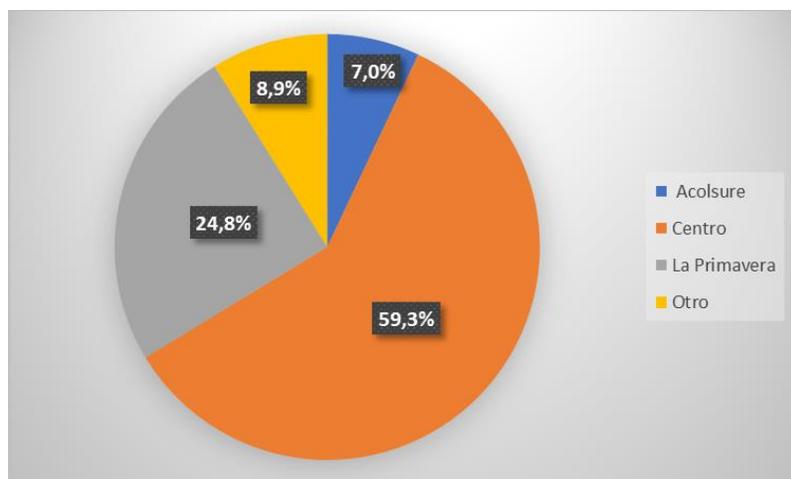
La pregunta número diez, fue una de las preguntas más importantes en la encuesta, pues ella valida la aceptación de la muestra para la creación del restaurante tipo buffet en la ciudad de Ocaña. Del total de los encuestados, el 41,3% afirmó estar totalmente de acuerdo, el 25,8% de acuerdo, sumados da un total de 67,1% del 100% que afirma sí estar de acuerdo con la creación de un restaurante buffet. Por otra parte, el 32,4% de la población afirma estar en total desacuerdo para la creación del restaurante.

Obtenidos los resultados, se determina que sí es viable la creación de un restaurante tipo buffet, pues 257 personas dan su favor, más de la mitad de la población total estudiada.

**Tabla 15***Ubicación del restaurante*

| Ítem         | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------|------------|---------------|
| Acolsure     | 27         | 7,0%          |
| Centro       | 227        | 59,3%         |
| La Primavera | 95         | 24,8%         |
| Otro         | 34         | 8,9%          |
| <b>Total</b> | <b>383</b> | <b>100,0%</b> |

*Nota.* Tabla realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

**Figura 13***Ubicación del restaurante*

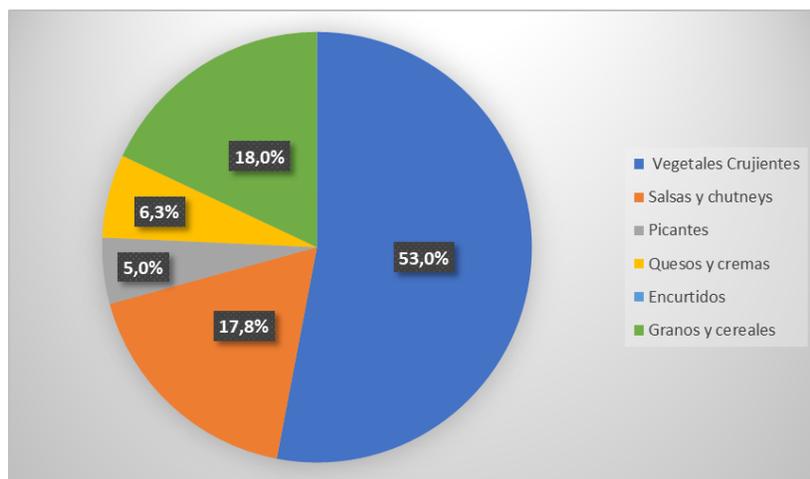
*Nota.* Figura realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

Para la pregunta número once, se evidencia que la zona principal que escogieron los encuestados fue el centro de la ciudad de Ocaña, lugar conocido por sus diferentes locales de restaurantes. Por ello, el centro se considera el lugar propicio para que sea la zona de ubicación del restaurante tipo buffet. 227 personas de las 383, que serían el 59,3% de la población prefieren que quede ubicada allí.

**Tabla 16***Tipo Guarnición*

| Ítem                 | Frecuencia | Porcentaje    |
|----------------------|------------|---------------|
| Vegetales Crujientes | 203        | 53,0%         |
| Salsas y chutneys    | 68         | 17,8%         |
| Picantes             | 19         | 5,0%          |
| Quesos y cremas      | 24         | 6,3%          |
| Encurtidos           | 0          | 0,0%          |
| Granos y cereales    | 69         | 18,0%         |
| <b>Total</b>         | <b>383</b> | <b>100,0%</b> |

*Nota.* Tabla realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

**Figura 14***Tipo Guarnición*

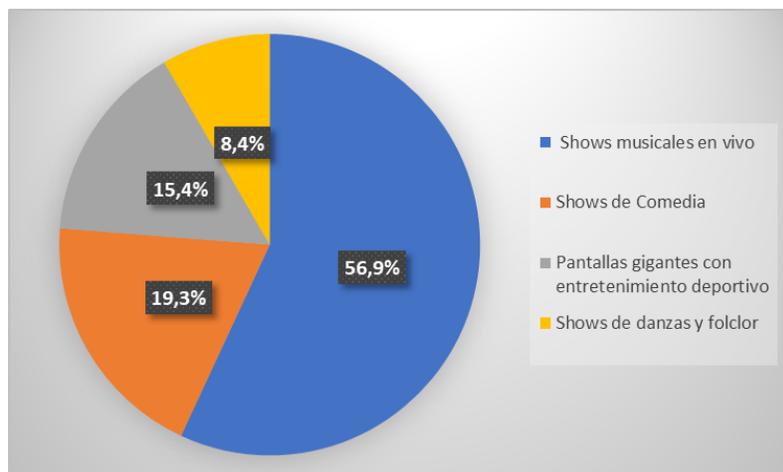
*Nota.* Figura realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

En la pregunta doce, el 53% de la población afirma preferir la guarnición de vegetales crujientes, seguido del 18% de granos y cereales, el 17,8% elige salsas y chutneys, el 6,3% quesos y cremas, el 5% picantes y ninguno eligió los encurtidos.

**Tabla 17***Tipo de entretenimiento*

| Ítem   | Frecuencia | Porcentaje    |
|--|------------|---------------|
| Shows musicales en vivo                          | 218        | 56,9%         |
| Shows de Comedia                                 | 74         | 19,3%         |
| Pantallas gigantes con entretenimiento deportivo | 59         | 15,4%         |
| Shows de danzas y folclor                        | 32         | 8,4%          |
| <b>Total</b>                                     | <b>383</b> | <b>100,0%</b> |

*Nota.* Tabla realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

**Figura 15***Tipo de entretenimiento*

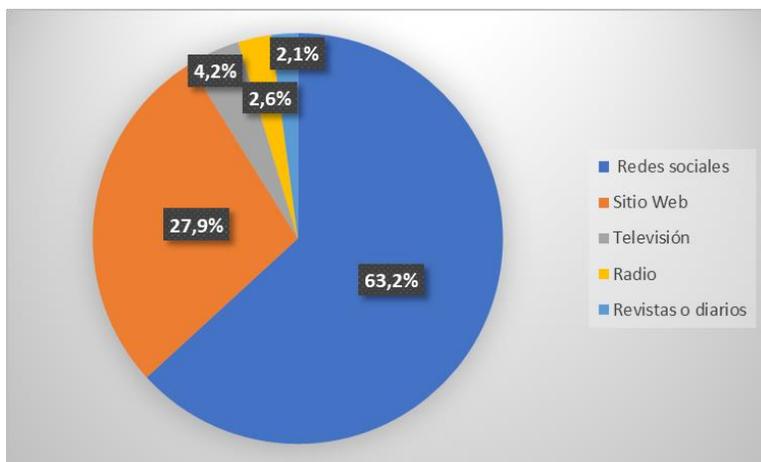
*Nota.* Figura realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

Sobre el tipo de entretenimiento que les gustaría a las personas tener mientras consumen su alimento, el 57% es para los shows musicales en vivo; el 19% para los shows de comedia; el 16% para una pantalla gigante con entretenimiento deportivo; y el 8% para shows de danza y folclor. Por lo anterior, los shows musicales en vivo será el entretenimiento que se tendrá en el restaurante tipo buffet.

**Tabla 18***Medio de publicidad*

| Ítem               | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Redes sociales     | 242        | 63,2%      |
| Sitio Web          | 107        | 27,9%      |
| Televisión         | 16         | 4,2%       |
| Radio              | 10         | 2,6%       |
| Revistas o diarios | 8          | 2,1%       |
| Total              | 383        | 100,0%     |

*Nota.* Tabla realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

**Figura 16***Medio de publicidad*

*Nota.* Figura realizada por la estudiante a partir de la encuesta aplicada a los habitantes del municipio de Ocaña N.S.

Finalmente, la pregunta catorce sobre por qué medio le gustaría conocer acerca del restaurante, el 63,2% menciona que por redes sociales; el 27,9% por un sitio web; el 4,2% por la televisión; el 2,6% por la radio; y, el 2,1% por revistas o diarios.

Según los resultados, y en vista de que la mayoría, 242 personas, afirman que por las redes sociales es mejor, el restaurante tipo buffet, contará con las redes sociales de Instagram y Facebook, con el objetivo de poder llegar a toda la población ocañera.

Se concluye que el servicio del restaurante tipo Buffet en la ciudad de Ocaña sería aceptado de manera satisfactoria por parte de los Ocañeros, dicho restaurante para poder satisfacer las expectativas de futuro cliente debe atender en horario de tarde y noche; ofrecer entretenimiento de shows musicales; tener buena iluminación y decoración; y, ofrecer el servicio en un rango de 10mil y 15mil pesos.

#### ***4.1.2 Análisis de la demanda***

El análisis de la demanda logró ser estimada a partir del análisis de la pregunta diez del instrumento de recolección de información, la cual consistió en preguntarle a la población sobre si estaría de acuerdo con la existencia de un restaurante tipo buffet en la ciudad de Ocaña N.S, en donde de 383 personas encuestadas: 158 mencionaron estar totalmente de acuerdo y 99 de acuerdo, para un total de 257 personas de acuerdo con la creación del restaurante.

Este total de 257, fue dividido entre las 383 personas de la muestra, y luego, el resultado fue multiplicado por cien, esto con el fin de poder obtener el porcentaje de la población total ocañera, dando como resultado la demanda estimada a cinco años que tendrá el restaurante tipo buffet.

Muestra que está de acuerdo con la creación del restaurante: 257

Muestra de la población total: 383

Población total: 111.643

Operación:  $257/383=0,671$

Operación:  $0,671 \cdot 100 = 67,1\%$

Operación:  $111.643 \cdot 67,1\% = 74.912$

Por lo anterior, se analiza que la demanda para el restaurante tipo buffet es de 74.912 personas de la ciudad de Ocaña N.S., que proyectado a cinco años quedaría distribuida de la siguiente manera:

**Tabla 19**

*Distribución de la demanda proyectada a cinco años*

| <b>Año</b>   | <b>Población de Ocaña</b> | <b>Proyección en porcentaje</b> | <b>Demanda Estimada</b> | <b>50% de la Demanda Estimada</b> |
|--------------|---------------------------|---------------------------------|-------------------------|-----------------------------------|
| <b>Año 1</b> | 111.643                   | 67.1%                           | 74.912                  | 37.456                            |
| <b>Año 2</b> | 117.225                   | 70,45%                          | 82.585                  | 41.292                            |
| <b>Año 3</b> | 122.807                   | 73,80%                          | 90.631                  | 45.315                            |
| <b>Año 4</b> | 128.389                   | 77,15%                          | 99.052                  | 49.526                            |
| <b>Año 5</b> | 133.971                   | 80,50%                          | 107.846                 | 53.923                            |

*Nota.* A la población Ocañera del año 1 se le aumenta un 5% anual, lo que da un aumento de 5.582 personas por año. Por otra parte, para obtener la proyección del porcentaje, se aplicó una regla de tres simple en cada uno de los años.

Debido a que la demanda estimada es muy alta, se procede a disminuirla para convertirla en una más realista, y que, en el momento de la ejecución del proyecto, la estimación no afecte lo proyectado. Se decide a priori que se tomará el 50% de la demanda estimada.

#### ***4.1.3 Análisis de la oferta***

El análisis de la oferta surge desde el concepto de un restaurante tipo buffet, en este restaurante existe una gran variedad de platillos ya preparados y dispuestos para que el cliente

comensal elija, los precios son fijos, lo que importa en este tipo de restaurantes es el precio y la cantidad de comida que se sirve.

Como ya se mencionó anteriormente, el tipo buffet cuenta con cuatro clasificaciones que son: desayuno, brunch, almuerzo y cena. Dado a los resultados de la encuesta, se determinó que el servicio se brindará en horario de tarde noche, por lo que sólo se tomarán dos clasificaciones: el almuerzo, el cual se considera el alimento más completo del día, por lo general se consume en horario de 12:00 a 04:00 pm; y la cena, la cual es la última comida del día, generalmente se consume al atardecer o la noche, en horarios de 05:00 a 08:00 pm.

Por lo anterior, el restaurante tipo buffet tendrá la capacidad de satisfacer las necesidades de la demanda hallada. En la Tabla 18 se relaciona la oferta.

**Tabla 20**

*Oferta del restaurante tipo Buffet*

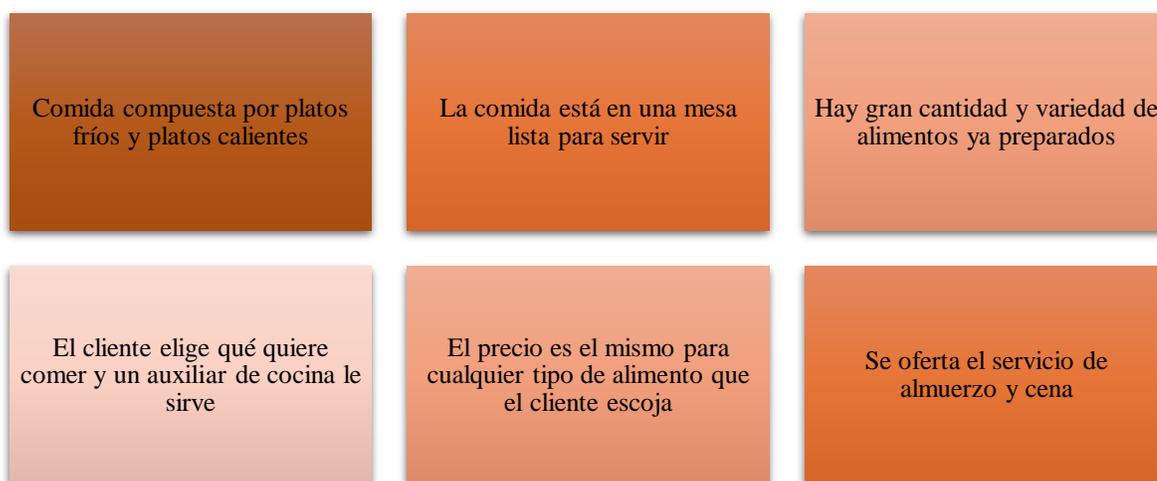
| <b>Oferta</b> | <b>Horario</b>   | <b>Capacidad diaria de atención</b> | <b>Capacidad mensual de atención</b> | <b>Capacidad anual de atención</b> |
|---------------|------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|
| Almuerzo      | 12:00 a 04:00 pm | 52 personas                         | 1.560 personas                       | 18.720 personas                    |
| Cena          | 05:00 a 09:00 pm | 52 personas                         | 1.560 personas                       | 18.720 personas                    |
| <b>Total</b>  |                  | <b>104 P. Diarias</b>               | <b>3.120 P. Mensual</b>              | <b>37.440 P. Anual</b>             |

#### 4.1.4 Características del servicio

El servicio del restaurante tipo buffet tiene las siguientes características:

#### Figura 17

##### Características del restaurante tipo buffet



*Nota.* Figura realizada por la estudiante.

#### 4.1.5 Estrategias de marketing

Para la estrategia de marketing, inicialmente se presenta el logo del restaurante tipo buffet; seguido, se diseñaron “las 4 P del marketing” en donde se relaciona el Producto o servicio, Precio, Punto de venta, y Promoción.

**- Logo del restaurante tipo buffet:**

**Figura 18**

*Restaurante Buena Vida*



**- Las “4P” del Restaurante Buffet Buena Vida:**

*Producto o servicio:* para poder desarrollar las estrategias del servicio que ofrecerá el restaurante, inicialmente es importante responder los siguientes interrogantes: ¿Qué se vende?, ¿Qué necesidad cubre?, ¿Qué beneficio ofrece? y, ¿Cuál es su valor añadido?

¿Qué se vende? - Se vende el servicio de restaurante tipo buffet.

¿Qué necesidad cubre? - Cubre la necesidad de alimentarse.

¿Qué beneficio ofrece? - Ofrece el beneficio de alimentarse bien, a un precio accesible y sin tanta demora.

¿Cuál es su valor añadido? - Servicio de restaurante tipo buffet donde el cliente tiene la opción de elegir lo que desee comer sin importar exceder el precio.

Luego de tener las respuestas, se diseñaron las siguientes estrategias con el objetivo de que el servicio que se ofrecerá sea competitivo y de calidad:

Estrategia 1: Analizar a la competencia periódicamente

Estrategia 2: Tener el wifi social y de calidad para atraer a los clientes.

Estrategia 3: Presentar excelentes shows musicales que entretengan a los clientes.

Estrategia 4: Ofrecer platos de calidad y menú variado.

Estrategia 5: Realizar publicidad consciente y no invasiva.

-*Precio*: Como restaurante tipo buffet, la intención es que el precio sea competitivo, pero que a la vez de utilidades y no pérdidas. Teniendo en cuenta la competencia actual en la ciudad de Ocaña, se ha establecido que el precio de \$10.000 por plato es competitivo y atraerá la atención del cliente, por ello, teniendo en cuenta que el índice de precio al consumidor, para lo que transcurre hasta el mes de junio del año 2022 ha aumentado anualmente en un 7.09%, según el DANE, se proyecta el precio a cinco años. (DANE, 2022)

**Tabla 21**

*Precio proyectado a cinco años, según el IPC*

| <b>Año</b>   | <b>%IPC</b> | <b>Precio</b> |
|--------------|-------------|---------------|
| <b>Año 1</b> | 7.09%       | \$10.000      |
| <b>Año 2</b> | 8,09%       | \$11.400      |
| <b>Año 3</b> | 9.09%       | \$12.800      |
| <b>Año 4</b> | 10.09%      | \$14.200      |
| <b>Año 5</b> | 11.09%      | \$15.600      |

*Nota.* Dado a que la variación del IPC, según el DANE, aumenta entre el 1% y el 2% para los años anteriores, se determina a priori que, para cada año aumentará en un 1% el IPC.

*-Punto de venta o Plaza:* Para poder definir cuál era el mejor lugar donde ubicar al restaurante, inicialmente se les preguntó a los clientes potenciales los cuales en su mayoría prefirieron que estuviera ubicado en el centro de la ciudad de Ocaña Norte de Santander. Por ello, en el momento de la creación del restaurante, se hará el mayor esfuerzo por conseguir el lugar adecuado y dejarlo en las mejores condiciones para que sea competitivo, agradable y estratégico.

Estrategia 1: Estar ubicados en el centro de Ocaña N.S

Estrategia 2: Decorar y amenizar el punto de venta acorde a las necesidades de los clientes, según lo obtenido en la encuesta.

Estrategia 4: Marcar diferencia con el demás punto de ventas en el lugar, pues, aunque el concepto buffet ya es diferente, se debe esforzar porque no parezca uno básico, sino que sea un concepto nuevo pero agradable.

*-Promoción:* Para la promoción del restaurante, se diseñaron las siguientes estrategias:

Estrategia 1: Buscar un diseñador que realice folletos e imprima, para repartir a la población; además, que también diseñe imágenes y un corto vídeo para poder difundir vía redes sociales.

Estrategia 2: Crear las redes sociales oficiales del restaurante Buffet Buena Vida.

Estrategia 3: Difundir la publicidad por medios radiales y televisivos.

**Figura 19***Las 4p del restaurante tipo buffet*

|   |  |
|---|--|
|    | <p><b>Producto o Servicio</b></p> <p>¿Qué se vende?- Se vende el servicio de restaurante tipo buffet.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué necesidad cubre?- Cubre la necesidad de alimentarse.</li> <li>• ¿Qué beneficio ofrece?- Ofrece el beneficio de alimentarse bien, a un precio accesible y sin tanta demora.</li> <li>• ¿Cuál es su valor añadido?- Servicio de restaurante tipo buffet donde el cliente tiene la opción de elegir lo que desee comer sin importar exceder el precio.</li> </ul> |
|    | <p><b>Precio</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Almuerzo en horario de 12:00 a 04:00 pm por un valor de \$10.000</li> <li>• Cena en horario de 05:00 a 09:00 pm por un valor de \$10.000</li> </ul>  |
|  | <p><b>Punto de venta o Plaza</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Restaurante ubicado en el centro de la ciudad de Ocaña Norte de Santander.</li> </ul>  |
|  | <p><b>Promoción</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Folletos impresos</li> <li>• Difusiones vía WhatsApp</li> <li>• Redes sociales como Facebook e Instagram inicialmente.</li> <li>• Medios radiales y televisivos.</li> </ul>   |

*Nota.* Figura realizada por la estudiante.

## 4.2 Estudio técnico para la creación de un restaurante tipo buffet en Ocaña Norte de Santander.

### 4.2.1 Localización del restaurante tipo buffet

**4.2.1.1 Macro localización:** El restaurante tipo buffet se encontrará localizado en el departamento de Norte de Santander, específicamente en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

#### Figura 20

*Mapa de Ocaña, Norte de Santander*

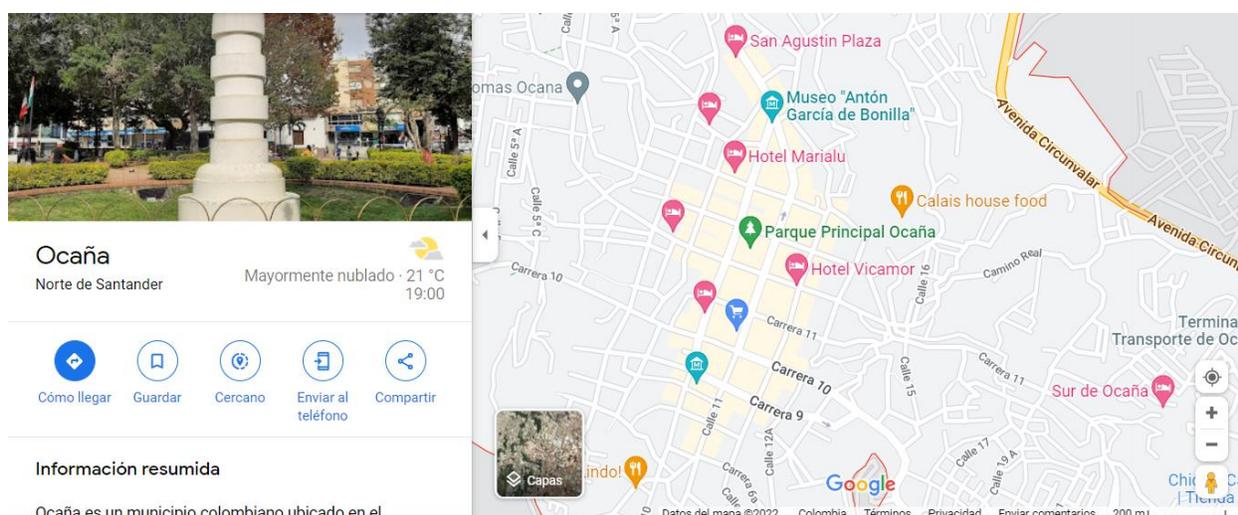


*Nota.* Figura obtenida de (Enciclopedia, 2012)

**4.2.1.2 Micro localización:** Debido a los resultados de la encuesta realizada, el restaurante tipo buffet estará ubicado en el Barrio Centro de Ocaña Norte de Santander. La zona céntrica de la ciudad es conocida por su gran afluencia de personas y la disponibilidad de los servicios necesarios para su funcionamiento (agua, luz y gas).

**Figura 21**

*Micro Localización*



*Nota.* Figura obtenida de (Google Maps, 2022)

**4.2.2 Tipo de empresa**

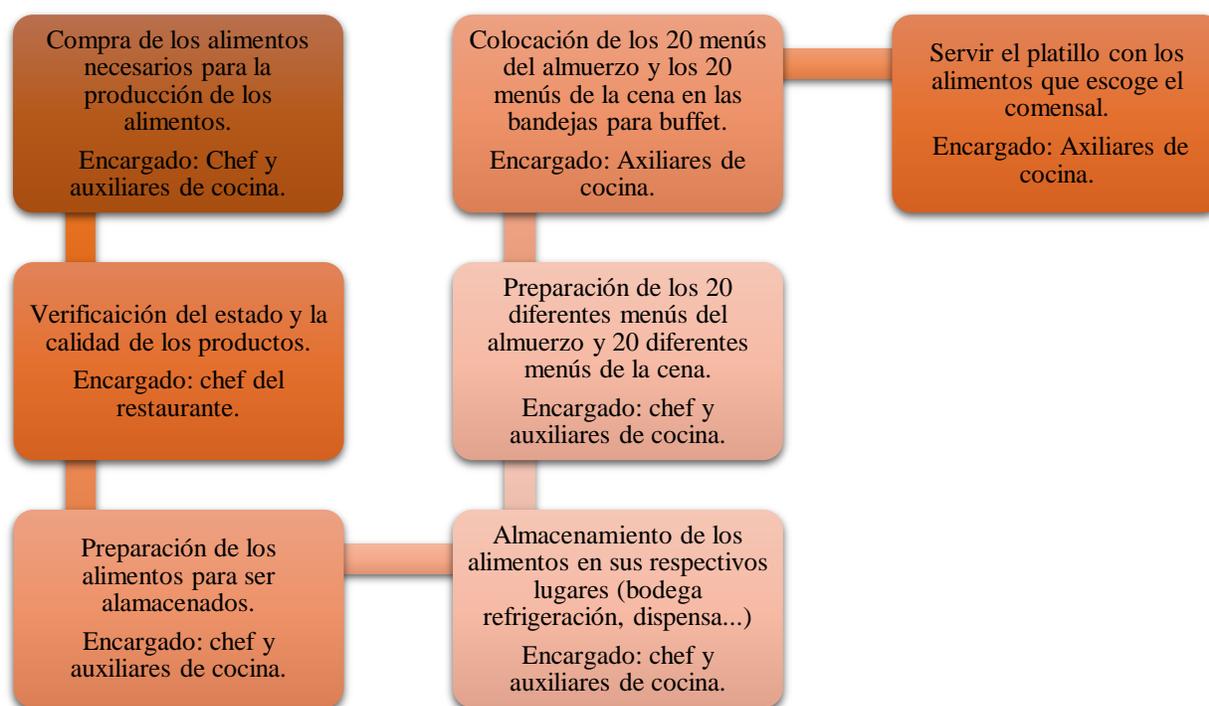
Dado a que no se necesitará un personal superior a 10 trabajadores, se define que el restaurante tipo buffet inicialmente será una microempresa, que contará con unos ingresos mensuales nos superiores a los 500 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

### 4.2.3 Proceso de producción

El restaurante tipo buffet debido a su enfoque de preparar diversos alimentos listos para servir y que el cliente elija que es lo que desea comer, el proceso de producción se describe en la Figura 19.

### Figura 22

*Proceso de producción del restaurante tipo buffet*



*Nota.* Figura realizada por la estudiante.

#### 4.2.4 Requerimientos físicos

A continuación, se relacionan los requerimientos físicos para el óptimo funcionamiento del restaurante tipo buffet.

**Tabla 22**

##### *Local en arrendamiento*

| Concepto               | Cantidad | Valor unitario     | Valor total        |
|------------------------|----------|--------------------|--------------------|
| Local en arrendamiento | 1        | \$1.500.000        | \$1.500.000        |
| <b>Total</b>           |          | <b>\$1.500.000</b> | <b>\$1.500.000</b> |

*Nota.* Tabla realizada por la estudiante.

**Tabla 23**

##### *Muebles y enseres*

| Concepto                    | Cantidad | Valor unitario | Valor total      |
|-----------------------------|----------|----------------|------------------|
| Mesas                       | 7        | 100.000        | 700.000          |
| Sillas                      | 34       | 70.000         | 2.380.000        |
| Tarima para shows musicales | 1        | 800.000        | 800.000          |
| <b>Total</b>                |          | <b>970.000</b> | <b>3.880.000</b> |

*Nota.* Tabla realizada por la estudiante.

Son 104 personas que se atenderán durante las 8 horas que duran los dos horarios: el tiempo del almuerzo y la cena. Dividimos 104 entre las 8 horas para determinar la cantidad de personas atendidas por hora, da un total de 13 personas. Las 13 personas se dividen entre los dos

tipos de mesas que estarán disponibles en el restaurante (mesa para 4 personas y mesa para 6 personas), lo que da un total de 7 mesas y 34 sillas.

**Tabla 24**

*Maquinaria y Equipo*

| <b>Concepto</b>   | <b>Cantidad</b> | <b>Valor unitario</b> | <b>Valor total</b>  |
|---|-----------------|-----------------------|---------------------|
| Estufa industrial de 6 fogones                                    | 1               | 10.000.000            | 10.000.000          |
| Freidora a gas  | 1               | 7.000.000             | 7.000.000           |
| Plancha a gas   | 1               | 3.000.00              | 3.000.00            |
| Refrigerador  | 1               | 10.000.000            | 10.000.000          |
| Nevera  | 1               | 7.000.000             | 7.000.000           |
| Mesones en acero inoxidable                                       | 3               | 900.000               | 2.700.000           |
| Licuadaora  | 2               | 250.000               | 500.000             |
| Horno a gas   | 1               | 2.000.000             | 2.000.000           |
| Horno Microondas  | 1               | 500.000               | 500.000             |
| Parrilla a gas  | 1               | 1.500.000             | 1.500.000           |
| Campana de extracción   | 1               | 2.000.000             | 2.000.000           |
| Estante   | 3               | 1.000.000             | 3.000.000           |
| Sartenes  | 6               | 80.000                | 480.000             |
| Ollas   | 6               | 80.000                | 480.000             |
| Mesa de servicio sistema para buffet frío                         | 1               | 10.000.000            | 10.000.000          |
| Mesa de servicio sistema para buffet caliente                     | 1               | 13.000.000            | 13.000.000          |
| Dispensador de bebidas para buffet                                | 1               | 5.000.000             | 5.000.000           |
| Juegos de cristalería blanca x 6                                  | 10              | 200.000               | 2.000.000           |
| Bandejas en acero inoxidable                                      | 10              | 50.000                | 500.000             |
| Juego de vasos en vidrio x 6                                      | 10              | 10.000                | 100.000             |
| Herramientas para preparación de alimentos (a solicitud del chef) | -               | 1.500.000             | 1.500.000           |
| Equipos para aseo del restaurante                                 | -               | 300.000               | 300.000             |
| Juego de cubertería 72 piezas                                     | 2               | 100.000               | 200.000             |
| Otros   | -               | 800.000               | 800.000             |
| <b>Total</b>  |                 | <b>\$56.270.000</b>   | <b>\$67.880.000</b> |

**Tabla 25***Equipo de computación y comunicación*

| <b>Concepto</b>                                 | <b>Cantidad</b> | <b>Valor unitario</b> | <b>Valor total</b> |
|---|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Caja registradora                               | 1               | 300.000               | 300.000            |
| Computador de mesa                              | 1               | 1.300.000             | 1.300.000          |
| Equipo de sonido para tarima de shows musicales | 1               | 100.000               | 100.000            |
| Televisor                                       | 1               | 1.200.000             | 1.200.000          |
| Sistema de cámaras de seguridad                 | 1               | 500.000               | 500.000            |
| Teléfono  | 1               | 50.000                | 50.000             |
| Datafono  | 1               | 50.000                | 50.000             |
| <b>Total</b>                                    |                 | <b>3.500.000</b>      | <b>3.500.000</b>   |

**4.2.5 Requerimientos mano de obra**

Para el buen funcionamiento del restaurante es fundamental contar con un equipo de talento humano que se ajuste a las necesidades de los clientes a los objetivos del restaurante. A continuación, se relacionan los recursos humanos necesarios para el restaurante tipo buffet. Cada uno de los miembros contará con el salario mensual correspondiente según su función.

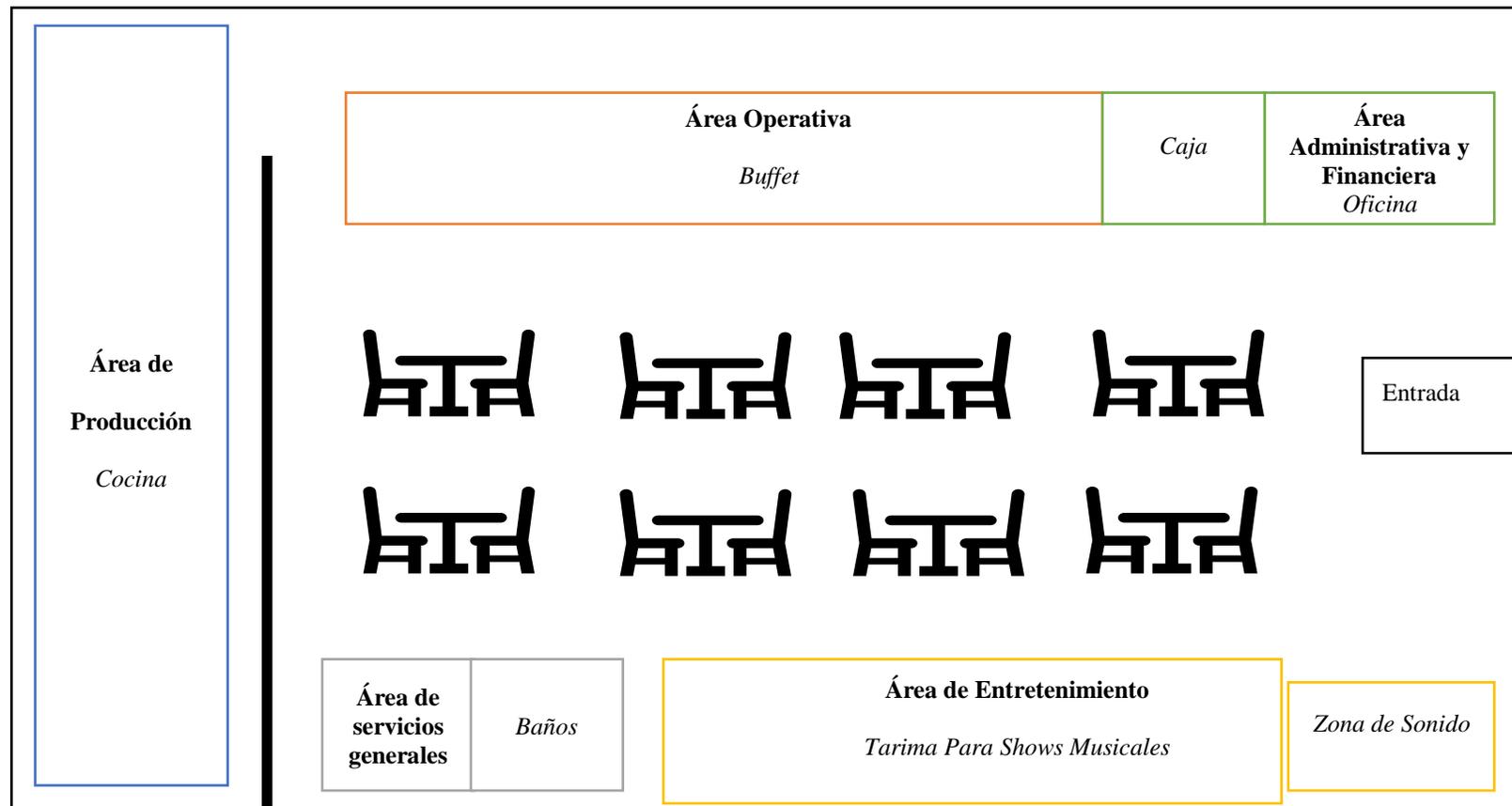
**Tabla 26***Talento humano requerido*

| <b>Concepto</b>    | <b>Cantidad</b> | <b>Valor unitario mensual</b> | <b>Valor total mensual</b> |
|--------------------|-----------------|-------------------------------|----------------------------|
| Gerente            | 1               | 1.500.000                     | 1.500.000                  |
| Contador           | 1               | 1.000.000                     | 1.000.000                  |
| Cajero             | 1               | 500.000                       | 500.000                    |
| Chef               | 1               | 1.000.000                     | 1.000.000                  |
| Auxiliar de cocina | 2               | 500.000                       | 1.000.000                  |
| Mesero             | 2               | 500.000                       | 1.000.000                  |
| Aseadora           | 1               | 500.000                       | 500.000                    |
| <b>Total</b>       |                 | <b>\$5.500.000</b>            | <b>\$6.500.000</b>         |

#### 4.2.6 Distribución de Planta

**Figura 23**

*Distribución de la Planta*



*Nota.* Fuente: Autora de la investigación.

### 4.3 Estudio administrativo y legal para la creación de un restaurante tipo buffet en Ocaña Norte de Santander.

#### 4.3.1 Estudio Administrativo

A continuación, se relaciona la misión, visión, objetivos, valores, organigrama, manual de funciones, manual de procedimientos y reglamento interno del Restaurante Buffet Buena Vida.

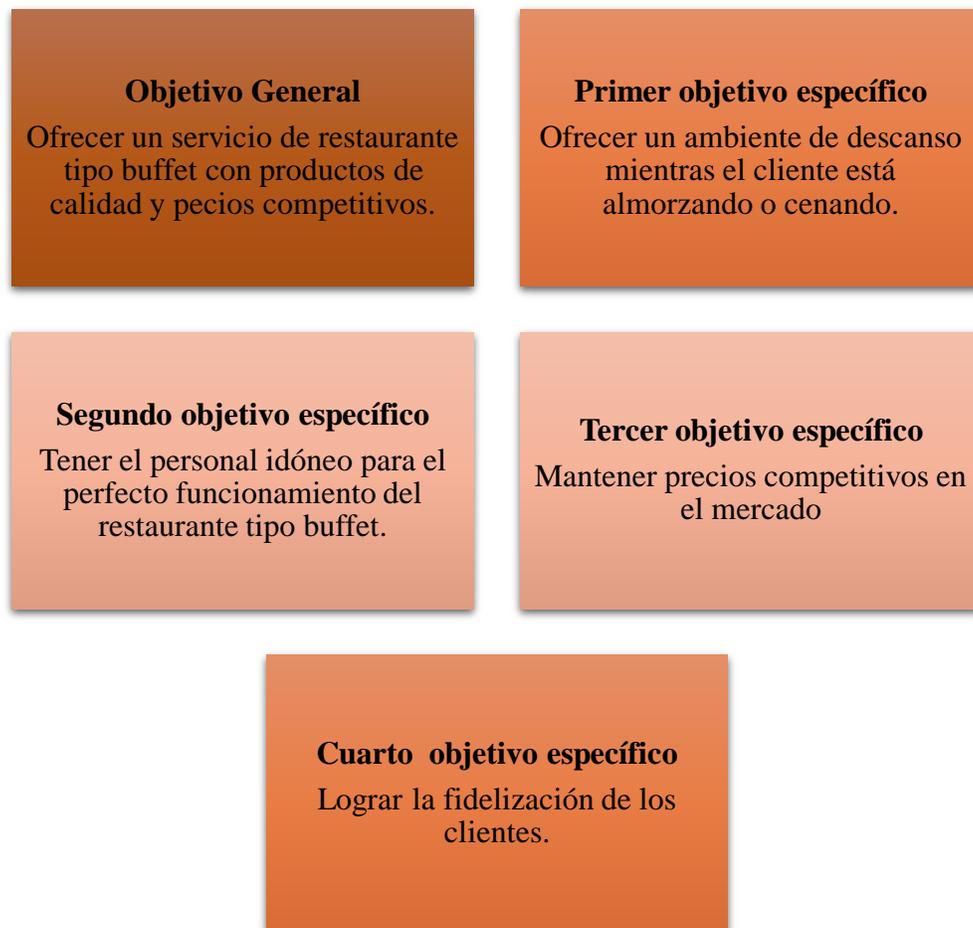
#### Figura 24

*Misión y visión del Restaurante Buffet Buena Vida*

| Misión y visión del Restaurante tipo Buffet Buena Vida   |   |
|--|---|
| <p><b>Misión</b></p> <p>Somo el primer restaurante tipo buffet de la ciudad de Ocaña, en donde nuestros clientes, con la mejor calidad y al mejor precio, no sólo pueden elegir qué comer, sino también la cantidad.</p> | <p><b>Visión</b></p> <p>Para el año 2024 ser el mejor restaurante tipo buffet de Norte de Santander, donde el cliente encuentre la satisfacción de su necesidad gracias a la calidad, cantidad, precio y adecuación física.</p> |

**Figura 25**

*Objetivos del Restaurante Buffet Buena Vida*



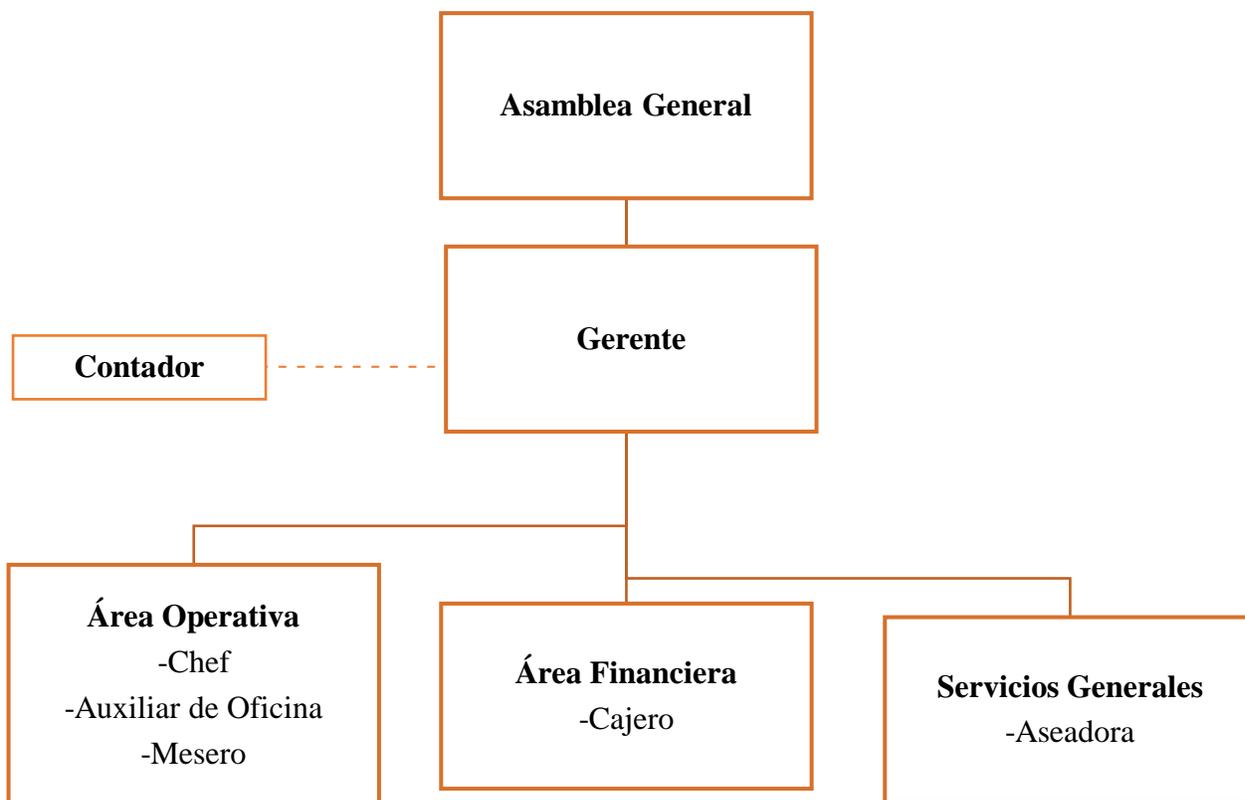
**Figura 26**

*Valores del Restaurante Buffet Buena Vida*



**Figura 27**

*Organigrama del Restaurante Buffet Buena Vida*



**Tabla 27***Manual de Funciones del Restaurante Buffet Buena Vida-Propietario*

|   |  |
|---|--|
|  | <b>RESTAURANTE BUFFET BUENA VIDA</b><br><b>MANUAL DE FUNCIONES</b> |
|---|--|

**CARGO: Asamblea General**

Descripción: Personas accionistas y dueñas del Restaurante Buffet Buena Vida.

**FUNCIONES PRINCIPALES:**

- Son los responsables financieros del restaurante.
- Encargados de escoger quién es el gerente del restaurante.
- Son el jefe inmediato del gerente.
- Deben exigir al gerente los resultados en cuanto a las utilidades del restaurante.
- Principal miembro del restaurante.
- Deben buscar las fuentes de financiación para que el negocio pueda progresar y mantenerse en el tiempo.

Tabla 28

## Manual de Funciones del Restaurante Buffet Buena Vida-Gerente



**RESTAURANTE BUFFET BUENA VIDA  
MANUAL DE FUNCIONES**

**CARGO: Gerente**

Descripción: Persona única responsable de la administración, gestión, planeación, dirección, y control del Restaurante Buffet Buena Vida.

**EDUCACIÓN:**

- Profesional en administración de empresas, con tarjeta profesional vigente.
- Especialista dirección de empresas.

**EXPERIENCIA:**

Mínimo un año de experiencia.

**FUNCIONES PRINCIPALES:**

- Ejecutar del proceso administrativo del restaurante.
- Tamar las decisiones que sean prudentes para el crecimiento del restaurante.
- Responder por lo que suceda dentro del funcionamiento del restaurante.
- Diseñar las directrices y normas que todo el personal laboral debe seguir para el buen funcionamiento del restaurante.
- Responsable de informar a la dueña del restaurante las cosas que se consideren importantes.
- Aumentar la visita de los clientes implementar estrategias de publicidad para dar a conocer el restaurante.
- Contratar a los músicos que harán sus presentaciones en la tarima de los shows musicales.

**CONDICIONES DE TRABAJO:**

Al momento de negociar con proveedores o posibles “clientes potenciales”, el gerente los atenderá en su oficina.

**JEFE INMEDIATO:**

Propietario.

Tabla 29

*Manual de Funciones del Restaurante Buffet Buena Vida-Contador*



**RESTAURANTE BUFFET BUENA VIDA  
MANUAL DE FUNCIONES**

**CARGO: Contador**

Descripción: Persona única responsable de contabilidad del Restaurante Buffet Buena Vida.

|   |   |
|---|---|
| <p><b>EDUCACIÓN:</b><br/>-Profesional en contaduría pública, con tarjeta profesional vigente.</p>   | <p><b>EXPERIENCIA:</b><br/>Mínimo un año de experiencia.</p>  |
| <p><b>FUNCIONES PRINCIPALES:</b><br/>- Planificar, organizar y controlar todas las actividades contables del restaurante.<br/>-Llevar en orden cada uno de los movimientos contables que el restaurante lleva.<br/>-Elaborar la nómina y ejecutar el pago.<br/>-Realizar semanalmente reportes financieros para el gerente.<br/>-Llevar al día todas las declaraciones tributarias que deba responder el restaurante.</p> | <p><b>CONDICIONES DE TRABAJO:</b><br/>Los movimientos del restaurante son privados, no se deben compartir con ningún trabajador o persona externa del restaurante. Únicamente son comparte con el gerente.</p> <p><b>JEFE INMEDIATO:</b><br/>Gerente.</p> |

Tabla 30

*Manual de Funciones del Restaurante Buffet Buena Vida-Cajero*

**RESTAURANTE BUFFET BUENA VIDA  
MANUAL DE FUNCIONES**

**CARGO: Cajero**

Descripción: Persona única responsable de brindar atención al cliente, recibir los pagos, y devolver el cambio.

**EDUCACIÓN:**

-Técnico o tecnólogo en auxiliar administrativo y contable.

**EXPERIENCIA:**

Mínimo un año de experiencia.

**FUNCIONES PRINCIPALES:**

- Brindar atención al cliente.
- Ofrecer las opciones de pago al cliente.
- Dar el cambio de dinero al cliente si se requiere.
- Llevar en orden los dineros que entran y salen de caja.
- Registrar las ventas diarias en orden en el computador.
- Cerrar caja diariamente y reportar inmediatamente al contador público.

**CONDICIONES DE TRABAJO:**

Su lugar de trabajo es únicamente en el área de “caja”.

**JEFE INMEDIATO:**

Contador.

**Tabla 31***Manual de Funciones del Restaurante Buffet Buena Vida-Chef*

**RESTAURANTE BUFFET BUENA VIDA  
MANUAL DE FUNCIONES**

**CARGO: Chef**

Descripción: Persona única responsable de la preparación de los alimentos.

**EDUCACIÓN:**

- Profesional en gastronomía, con tarjeta profesional vigente.

**EXPERIENCIA:**

Mínimo cuatro años de experiencia.

**FUNCIONES PRINCIPALES:**

-Administrar en orden y con responsabilidad el proceso de preparación en la cocina.  
 -Preparar los menús del buffet a tiempo.  
 -Liderar el proceso de producción de los alimentos y a los auxiliares.  
 -Hacer los pedidos de los productos que se requieren para su trabajo.  
 -Responsable del aprovechamiento de los productos y de la dispensa.

**CONDICIONES DE TRABAJO:**

Su lugar de trabajo es el área de cocina.

**JEFE INMEDIATO:**

Gerente.

**Tabla 32***Manual de Funciones del Restaurante Buffet Buena Vida-Auxiliar de Cocina*

**RESTAURANTE BUFFET BUENA VIDA  
MANUAL DE FUNCIONES**

**CARGO: Auxiliar de cocina**

Descripción: Persona responsable de la preparación de los alimentos.

|  |  |
|--|--|
| <b>EDUCACIÓN:</b><br>- Técnico o Tecnólogo en gastronomía o procesamiento y preparación de alimentos.  | <b>EXPERIENCIA:</b><br>Mínimo un año de experiencia.   |
| <b>FUNCIONES PRINCIPALES:</b><br>-Acatar a las órdenes del chef.<br>- Disponer los utensilios de cocina.<br>- Organizar los alimentos comprados en la dispensa.<br>- Limpiar y ordenar el área de trabajo. | <b>CONDICIONES DE TRABAJO:</b><br>Su lugar de trabajo es el área de cocina.<br><br><b>JEFE INMEDIATO:</b><br>Chef. |

**Tabla 33***Manual de Funciones del Restaurante Buffet Buena Vida-Mesero*

**RESTAURANTE BUFFET BUENA VIDA  
MANUAL DE FUNCIONES**

**CARGO: Mesero**

Descripción: Persona responsable de la atención directa con el cliente.

|  |   |
|--|---|
| <b>EDUCACIÓN:</b><br>- Técnico o Tecnólogo en atención al cliente.   | <b>EXPERIENCIA:</b><br>Mínimo un año de experiencia.  |
| <b>FUNCIONES PRINCIPALES:</b><br>-Atención y servicio al cliente.<br>- Ser cortés y amable.<br>-Informarse sobre los menús disponibles en el día del buffet.<br>-Asesorar al cliente en cuanto a los platos que se encuentran servidos en el buffet.<br>-Retirar los platos de las mesas.<br>- Acatar las sugerencias del gerente. | <b>CONDICIONES DE TRABAJO:</b><br>Su lugar de trabajo es el área del buffet.<br><br><b>JEFE INMEDIATO:</b><br>Chef. |

**Tabla 34***Manual de Funciones del Restaurante Buffet Buena Vida-Servicios Generales*

**RESTAURANTE BUFFET BUENA VIDA  
MANUAL DE FUNCIONES**

**CARGO: Servicios Generales**

Descripción: Persona responsable del aseo del restaurante.

|  |  |
|--|--|
| <b>EDUCACIÓN:</b><br>- Bachiller.  | <b>EXPERIENCIA:</b><br>Ninguna.  |
| <b>FUNCIONES PRINCIPALES:</b><br>-Asear cada una de las áreas del restaurante dos veces al día (baños, salón de comida, cocina.)<br>-Mantener una imagen limpia del restaurante. | <b>CONDICIONES DE TRABAJO:</b><br>Ser madre cabeza de hogar.<br><br><b>JEFE INMEDIATO:</b><br>Gerente. |

Tabla 35

*Reglamento Interno Restaurante Buffet Buena Vida*
**RESTAURANTE BUFFET BUENA VIDA  
REGLAMENTO INTERNO**
**DESCRIPCIÓN:**

El presente reglamento interno se dicta con el objetivo de mantener el orden y buen funcionamiento del restaurante, para establecer los límites, y dar a conocer los deberes y derechos de cada uno de los miembros del restaurante.

**HORARIOS:**

Teniendo en cuenta que el restaurante abrirá sus puertas en horarios de 12:00 a 10:00 pm, se consideran los siguientes horarios:

**-Gerente:**

Entrada: 08:00 am a 12:00 pm.

Descanso: 12:00 a 03:00 pm.

Entrada: 03:00 a 07:00 pm.

**-Contador:**

Asistirá una vez a la semana.

Entrada: 03:00 a 07:00 pm.

**-Área Operativa (Chef, Auxiliar De Cocina, Mesero):**

Entrada: 08:00 am a 12:00 pm.

Descanso: 12:00 a 03:00 pm.

Entrada: 03:00 a 07:00 pm.

**-Área Financiera (Cajero):**

Entrada: 12:00 a 04:00 pm.

Descanso: 04:00 a 05:00 pm.

Entrada: 05:00 a 09:00 pm.

**-Servicios Generales:**

Entrada: 10:00 am a 12:00 pm y de 04:00 a 06:00 pm.

**PERMISOS:**

Los permisos se deben hacer cinco (5) días antes de la fecha. Salvo a que ocurra alguna calamidad en el momento, que afecte a el trabajador, se le dará permiso inmediato.

Los motivos válidos para el permiso son: Cita médica, viaje por motivo de calamidad familiar o salud.

**REGLAS:**

- El trabajador debe tener higiene y buena presentación, portando el uniforme de la manera correcta.

-Si algún trabajador se presenta en estado de embriaguez o drogas, se hará inmediatamente el término de su contrato.

-Los empleados del área operativa, deberán portar los equipos de seguridad necesarios.

-Está prohibido que los trabajadores hagan ventas de artículos, rifas u otras actividades que no competen a su labor en el restaurante.

-En el horario de trabajo no se debe ingerir alimentos, salvo que sea por motivos de salud, se deberá hacer en horarios establecidos por el gerente.

- Los equipos de cómputo de la empresa son única y exclusivamente para el uso del restaurante, no para asuntos personales del empleado.

- El empleado debe reportar algún intento o sospecha de acciones que afecten a la buena gestión del restaurante.

- Durante las capacitaciones los empleados deben tener una actitud de aprendizaje.

-Los auxiliares de cocina deben tener el curso de manipulación de alimentos.

- Las acciones que ataquen los valores del restaurante, como las faltas de respeto, en especial entre trabajadores y trabajadores con clientes, será motivo de suspensión o llegado el caso de expulsión del restaurante.

Tabla 36

*Manual de Procedimientos del Restaurante Buffet Buena Vida*

|   |  |
|---|--|
|  | <p align="center"><b>RESTAURANTE BUFFET BUENA VIDA</b><br/><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b></p> |
|---|--|

**PROCESO: PREPARACIÓN DE ALIMENTOS**

Responsable: Chef

Proceso/Actividad:

1. Organización de los alimentos según el menú del día
2. Lavar, pelar y picar los alimentos
3. Preparar, cocinar y condimentar los alimentos.
4. Poner los alimentos según menú del día en las bandejas del buffet, distribuidos en alimentos calientes, fríos, y bebidas.

**DIAGRAMA DE FLUJO**

- Inicio/Final: es el inicio o final del proceso 

-Proceso: Es la actividad llevada a cabo 

- Entrada/Salida: Información que ingresa o sale 

-Decisión: Punto de toma de decisiones con valores Sí o No 

- Línea del Flujo: Da el orden al diagrama flujo 

Tabla 37

Continuación Tabla 36-Manual de Procedimientos del Restaurante Buffet Buena Vida

|   |   |
|---|---|
|  | <p><b>RESTAURANTE BUFFET BUENA VIDA</b><br/><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b></p> |
|---|---|

**PROCESO: PREPARACIÓN DE ALIMENTOS**

Diagrama de flujo:

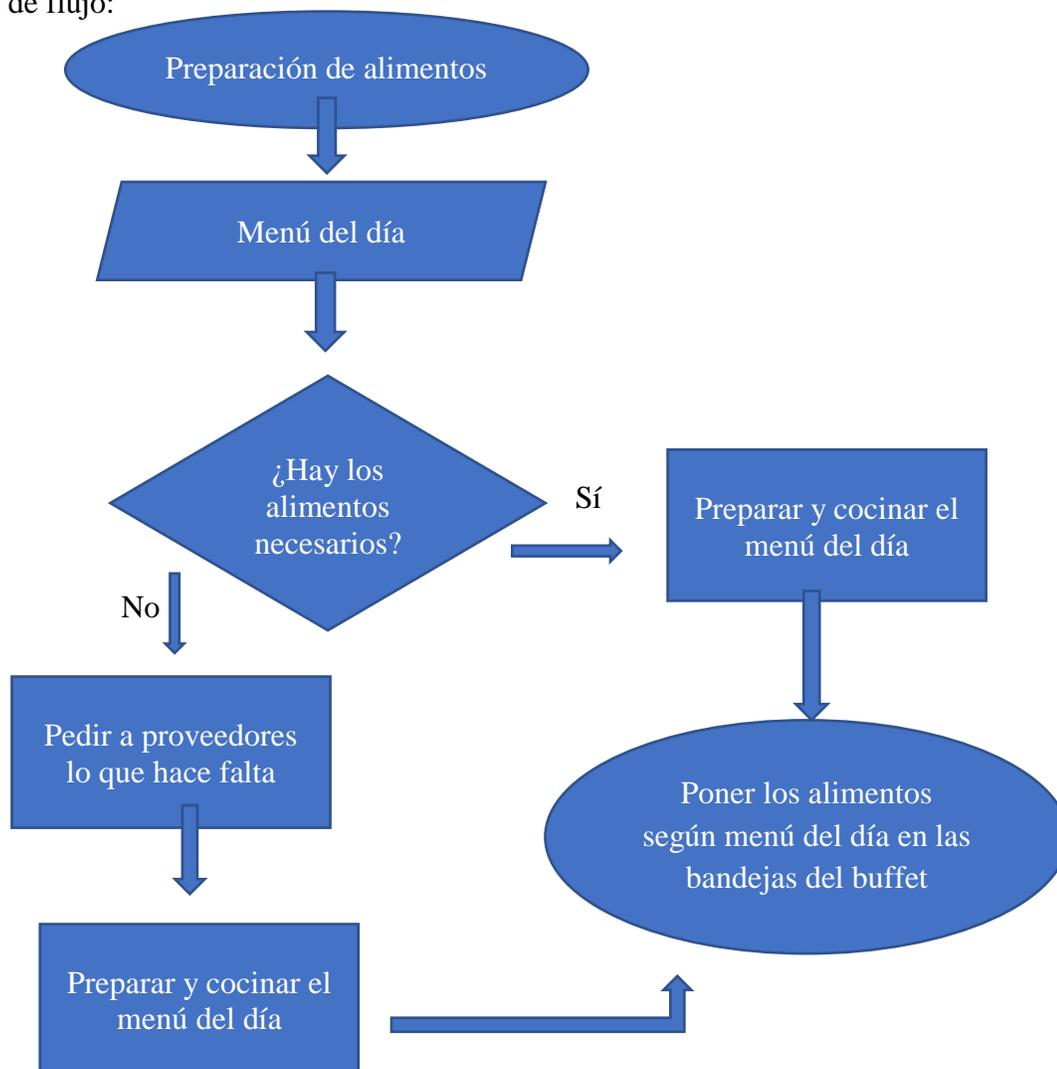


Tabla 38

Continuación Tabla 36-Manual de Procedimientos del Restaurante Buffet Buena Vida

|   |   |
|---|---|
|  | <b>RESTAURANTE BUFFET BUENA VIDA</b><br><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b> |
|---|---|

**PROCESO: DISTRIBUCIÓN DEL BUFFET**

Responsable: Auxiliar de cocina

Proceso/Actividad:

1. Ubicar las bandejas con los alimentos en la mesa del buffet.
2. Mantener limpia y en orden las bandejas del buffet.
3. Servir el menú que el cliente compró.

**DIAGRAMA DE FLUJO**

- Inicio/Final: es el inicio o final del proceso 

-Proceso: Es la actividad llevada a cabo 

- Entrada/Salida: Información que ingresa o sale 

-Decisión: Punto de toma de decisiones con valores Sí o No 

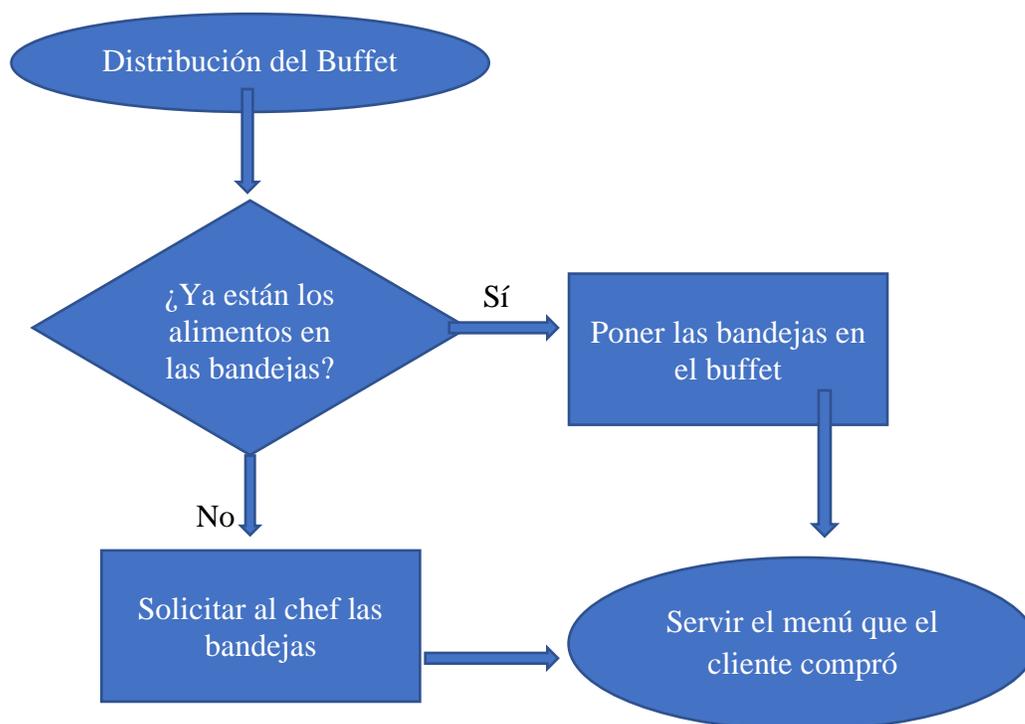
- Línea del Flujo: Da el orden al diagrama flujo 

Tabla 39

Continuación Tabla 36-Manual de Procedimientos del Restaurante Buffet Buena Vida

|   |   |
|---|---|
|  | <b>RESTAURANTE BUFFET BUENA VIDA</b><br><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b> |
| <b>PROCESO: DISTRIBUCIÓN DEL BUFFET</b>   |   |

Diagrama de flujo:



**Tabla 40**

*Continuación Tabla 36-Manual de Procedimientos del Restaurante Buffet Buena Vida*

|   |   |
|---|---|
|  | <b>RESTAURANTE BUFFET BUENA VIDA</b><br><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b> |
|---|---|

---

**PROCESO: ATENCIÓN DE LAS MESAS**

---

Responsable: Mesero

Proceso/Actividad:

1. Montaje y limpieza de mesa.
2. Levantar los platos de la mesa.
3. Llevar los platos al área de lavar platos.
4. Atender a los clientes.
5. Conocer la carta y aconsejar al cliente.

**DIAGRAMA DE FLUJO**

- Inicio/Final: es el inicio o final del proceso 

-Proceso: Es la actividad llevada a cabo 

- Entrada/Salida: Información que ingresa o sale 

-Decisión: Punto de toma de decisiones con valores Sí o No 

- Línea del Flujo: Da el orden al diagrama flujo 

---

Tabla 41

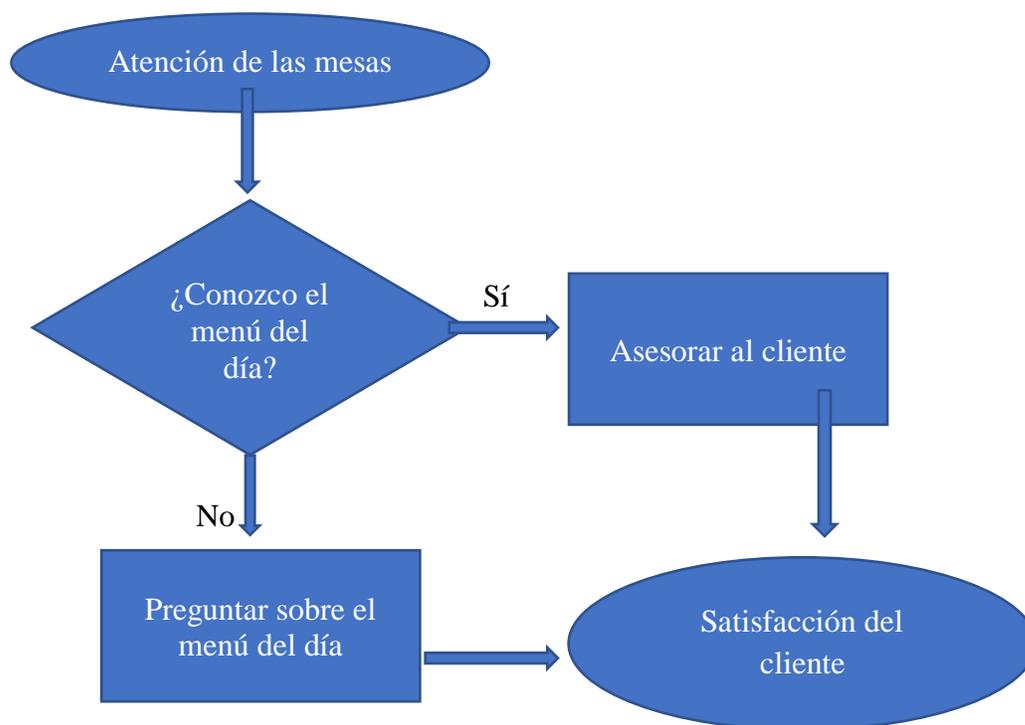
Continuación Tabla 36-Manual de Procedimientos del Restaurante Buffet Buena Vida



**RESTAURANTE BUFFET BUENA VIDA**  
**MANUAL DE PROCEDIMIENTOS**

**PROCESO: ATENCIÓN DE LAS MESAS**

Diagrama de flujo:



**Tabla 42**

*Continuación Tabla 36-Manual de Procedimientos del Restaurante Buffet Buena Vida*

|   |  |
|---|--|
|  | <p align="center"><b>RESTAURANTE BUFFET BUENA VIDA</b><br/><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b></p> |
|---|--|

**PROCESO: LIMPIEZA Y ASEO**

Responsable: Persona encargada del aseo

Proceso/Actividad:

1. Limpiar la superficie de los equipos y utensilios.
2. Asear los baños.
3. Asear las zonas sociales y no sociales del restaurante.
4. Botar la basura.
5. Limpieza de telarañas.
6. Limpieza de espejos.

**DIAGRAMA DE FLUJO**

- Inicio/Final: es el inicio o final del proceso 

-Proceso: Es la actividad llevada a cabo 

- Entrada/Salida: Información que ingresa o sale 

-Decisión: Punto de toma de decisiones con valores Sí o No 

- Línea del Flujo: Da el orden al diagrama flujo 

Tabla 43

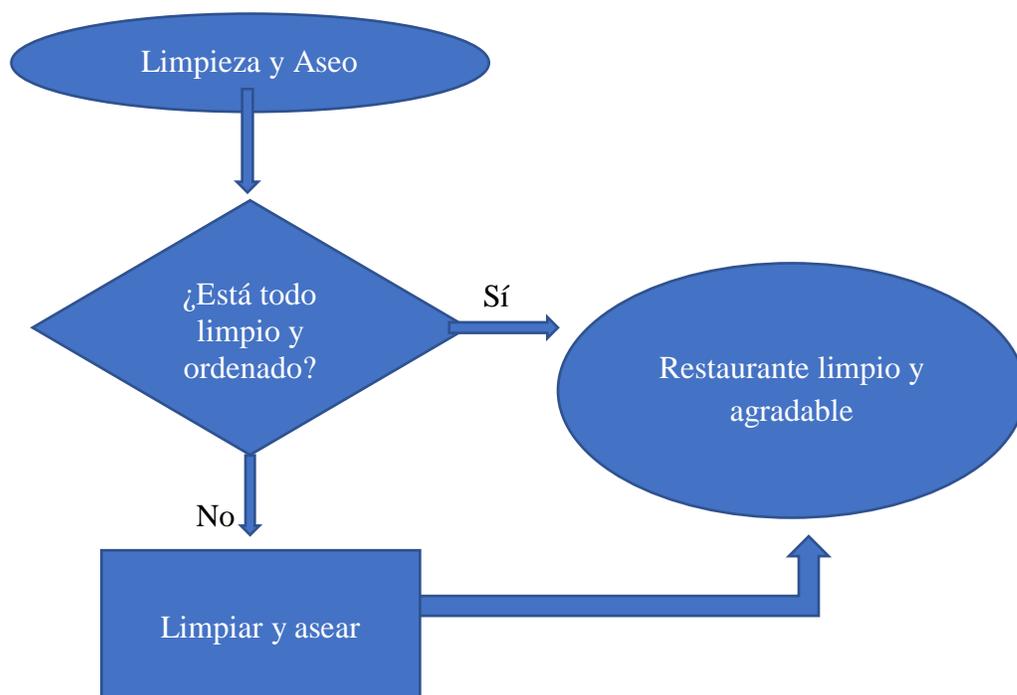
Continuación Tabla 36-Manual de Procedimientos del Restaurante Buffet Buena Vida



**RESTAURANTE BUFFET BUENA VIDA**  
**MANUAL DE PROCEDIMIENTOS**

**PROCESO: LIMPIEZA Y ASEO**

Diagrama de flujo:



**Tabla 44**

*Continuación Tabla 36-Manual de Procedimientos del Restaurante Buffet Buena Vida*

|   |   |
|---|---|
|  | <p><b>RESTAURANTE BUFFET BUENA VIDA</b><br/><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b></p> |
|---|---|

---

**PROCESO: VENTA Y PAGO DEL SERVICIO**

---

Responsable: Cajero

Proceso/Actividad:

1. Recibir pedido del cliente.
2. Recibir pago del cliente.
3. Pasar pedido a la cocina.
4. Entregar factura de compra al cliente.
5. Entregar vueltos exactos al cliente.

**DIAGRAMA DE FLUJO**

- Inicio/Final: es el inicio o final del proceso 

-Proceso: Es la actividad llevada a cabo 

- Entrada/Salida: Información que ingresa o sale 

-Decisión: Punto de toma de decisiones con valores Sí o No 

- Línea del Flujo: Da el orden al diagrama flujo 

---

Tabla 45

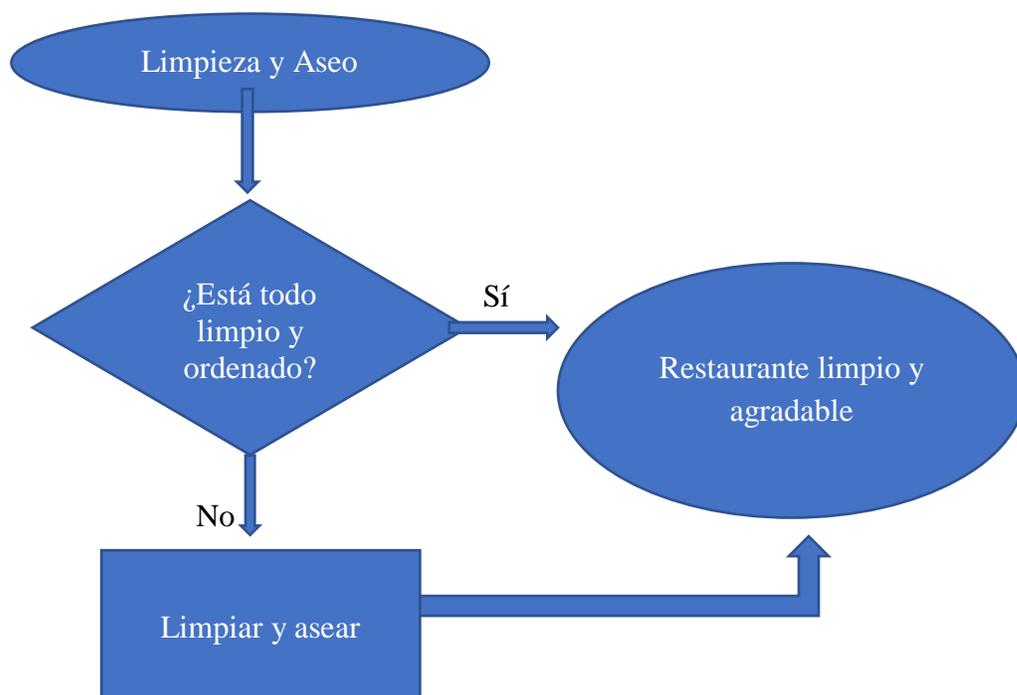
Continuación Tabla 36-Manual de Procedimientos del Restaurante Buffet Buena Vida



**RESTAURANTE BUFFET BUENA VIDA**  
**MANUAL DE PROCEDIMIENTOS**

**PROCESO: LIMPIEZA Y ASEO**

Diagrama de flujo:



**Tabla 46**

*Continuación Tabla 36-Manual de Procedimientos del Restaurante Buffet Buena Vida*

|   |   |
|---|---|
|  | <p><b>RESTAURANTE BUFFET BUENA VIDA</b><br/><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b></p> |
|---|---|

---

**PROCESO: VENTA Y PAGO DEL SERVICIO**

---

Responsable: Cajero

Proceso/Actividad:

1. Recibir pedido del cliente.
2. Recibir pago del cliente.
3. Pasar pedido a la cocina.
4. Entregar factura de compra al cliente.
5. Entregar vueltos exactos al cliente.

**DIAGRAMA DE FLUJO**

- Inicio/Final: es el inicio o final del proceso 

-Proceso: Es la actividad llevada a cabo 

- Entrada/Salida: Información que ingresa o sale 

-Decisión: Punto de toma de decisiones con valores Sí o No 

- Línea del Flujo: Da el orden al diagrama flujo 

---

Tabla 47

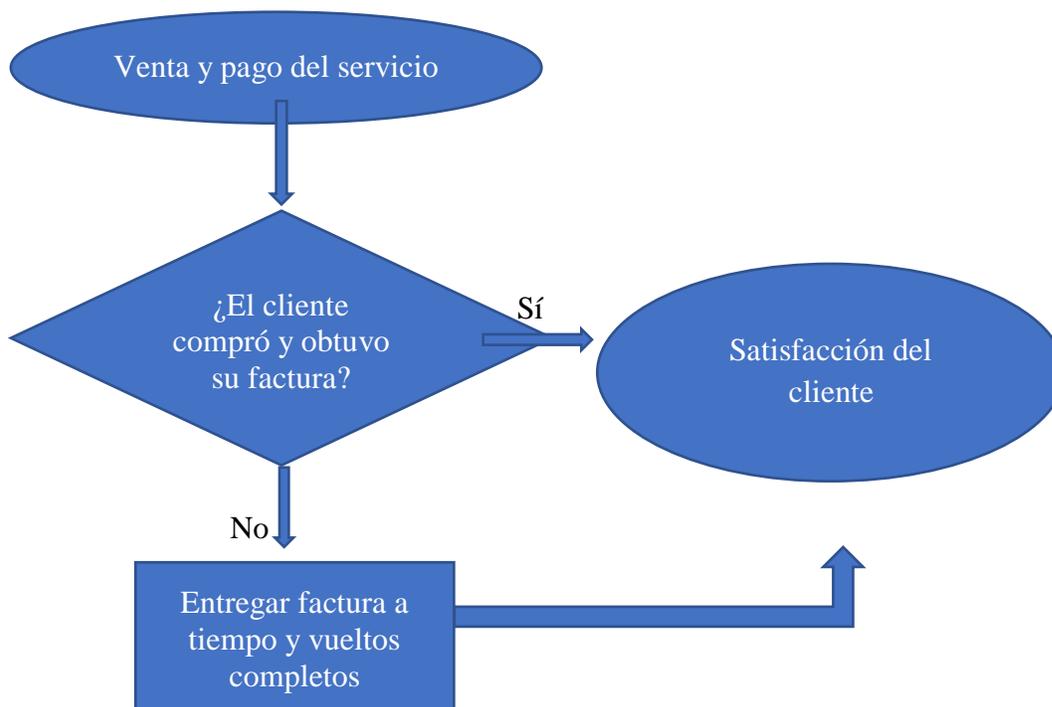
Continuación Tabla 36-Manual de Procedimientos del Restaurante Buffet Buena Vida



**RESTAURANTE BUFFET BUENA VIDA**  
**MANUAL DE PROCEDIMIENTOS**

**PROCESO: VENTA Y PAGO DEL SERVICIO**

Diagrama de flujo:



### **4.3.2 Estudio Legal**

Para el estudio legal, se desarrollaron los aspectos pertinentes a los estatutos y los requisitos legales del restaurante tipo buffet. Hay que destacar que el Restaurante Buffet Buena Vida es catalogada como una pequeña empresa y su régimen jurídico es de una sociedad anónima.

#### **A) Estatuto:**

### **CONSTITUCIÓN DE EMPRESA EN SOCIEDAD ANÓNIMA**

#### **Restaurante Buffet Buena Vida**

En la ciudad de Ocaña el día 09 de junio de 2022, a través del presente documento privado, los suscritos: **Martha Lucia Chinchilla Contreras**, mayor de edad, identificada con documento No. 1.091.656.166, con domicilio en Ocaña Norte de Santander, dirección carrera 11 No. 21-176, obrando en su propio nombre; **Mario Alfonso Mendoza Almario**, mayor de edad, identificado con documento N0. 1.140.835.323, con domicilio en Ocaña Norte de Santander, dirección carrera 11 No. 22-189, obrando en su propio nombre; y **Juan Gabriel Pérez Contreras**, mayor de edad, identificado con documento N0. 1.091.678.243, con domicilio en Ocaña Norte de Santander, dirección carrera 12 No. 12-99, obrando en su propio nombre.

Manifestaron su voluntad constituir una sociedad comercial anónima acogida a la condición Beneficio e Interés Colectivo, la cual se regirá por las disposiciones legales que regulan el funcionamiento de las mismas y los siguientes estatutos.

También se hace constar que la presente sociedad da cumplimiento a lo establecido en el artículo 22 de la 1014 de 2006 y el Decreto 4463 de 2006, debido a que no cuenta con diez (10) y/o menos trabajadores o los activos totales, excluida la vivienda, por valor inferior a quinientos (500) SMLMV.

Una vez formulada la declaración que antecede, se ha establecido, así mismo, los estatutos de la sociedad que por el presente acto se crea.

**Artículo 1. Razón social.** La empresa que mediante este documento se constituye, se denominará **Restaurante Buffet Buena Vida S.A. BIC**, Sociedad Anónima Comercial, regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley 1258 de 2008, la Ley 1901 de 2018 y su Decreto Reglamentario 2046 de 2019 y en las demás disposiciones legales sobre la materia.

**Artículo 2. Domicilio.** El domicilio de la empresa será en la ciudad de Ocaña Norte de Santander, con dirección en el Barrio Centro de Ocaña, pudiendo constituir o establecer sucursales, agencias o dependencias en otras ciudades del país o del exterior.

**Artículo 3. Objeto.** La empresa tendrá por objeto, el desarrollo de las siguientes actividades: Producción y venta de almuerzos y cenas con el concepto buffet a la población Ocañera. Además de las anteriores la empresa podrá desarrollar cualquier actividad lícita de comercio.

**Artículo 4. Duración.** La empresa tendrá una duración indefinida.

**Artículo 5. Capital.** El capital a la fecha de la constitución es de setenta y siete millones noventa mil pesos moneda corriente (\$77.090.000), dividido en tres (3) acciones de valor nominal distribuida así:

**Tabla 48***Acciones distribuidas*

| <b>Accionista</b>                 | <b>Capital</b>       | <b>Porcentaje de Acciones %</b> |
|-----------------------------------|----------------------|---------------------------------|
| Martha Lucia Chinchilla Contreras | \$ 26.000.000        | 34%                             |
| Mario Alfonso Mendoza Almario     | \$ 30.000.000        | 39%                             |
| Juan Gabriel Pérez Contreras      | \$ 21.090.000        | 27%                             |
| <b>Total</b>                      | <b>\$ 77.090.000</b> | <b>100%</b>                     |

PAR. —Forma y Términos en que se pagará el capital. El monto de capital suscrito se pagará, en dinero efectivo, dentro de los 24 meses siguientes a la fecha de la inscripción en el registro mercantil del presente documento.

**Artículo 6. Acciones.** Las acciones podrán ser ordinarias o privilegiadas. Las primeras conferirán a sus titulares los derechos de:

1. Participar en las deliberaciones de la asamblea general de accionistas y votar en ella.
2. Recibir una parte proporcional de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio con sujeción a lo dispuesto en la ley o en los estatutos.
3. Negociar las acciones con sujeción al derecho de preferencia pactado en estos estatutos.
4. Inspeccionar libremente los libros y papeles sociales dentro de los quince días hábiles anteriores a las reuniones de la asamblea general en que se examinen los balances de fin de ejercicio.
5. Recibir una parte proporcional de los activos sociales al tiempo de la liquidación y una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.

Las segundas a más de los anteriores derechos conferirán los siguientes:

1. Un derecho preferencial para su reembolso en caso de liquidación hasta concurrencia de su valor nominal.
2. Un derecho a que de las utilidades se les destine, en primer término, una cuota determinada, acumulable o no. La acumulación no podrá extenderse a un período mayor de cinco años.
3. Cualquier otro privilegio de carácter económico que la asamblea decreta en favor de los poseedores de esta clase de acciones con el voto de no menos del setenta y cinco por ciento de las acciones suscritas cuando con posterioridad a la constitución de la sociedad se emitieren acciones de este tipo.

**Artículo 7. Acciones con dividendo preferencial.** La sociedad podrá emitir acciones con dividendo preferencial y sin derecho de voto, siempre y cuando su emisión sea aprobada por la asamblea general de accionistas, conforme a las condiciones y requisitos señalados para tal efecto en las normas que regulen la materia.

**Artículo 8. Revocar la acción.** Toda emisión de acciones podrá revocarse o modificarse por la asamblea general, antes de que éstas sean colocadas o suscritas y con sujeción a las exigencias legales. La disminución o supresión de los privilegios concedidos a unas acciones deberá adoptarse con el voto favorable de accionistas que representen no menos del setenta y cinco por ciento de acciones suscritas, siempre que esta mayoría incluya en la misma proporción el voto de tenedores de esta clase de acciones.

**Artículo 9. Acciones no inscritas.** Las acciones no suscritas en el acto de constitución y las que emita posteriormente la sociedad serán colocadas de acuerdo con el reglamento de suscripción. Con excepción de las acciones privilegiadas, de goce y de las acciones con

dividendo preferencial y sin derecho a voto, corresponderá a la junta directiva aprobar el reglamento de suscripción.

**Artículo 10. Responsabilidad.** La responsabilidad de los suscritos, en calidad de constituyentes de la Empresa, se circunscriben al monto de los aportes que conforman el capital de la misma, sin perjuicio de que éste posteriormente sea aumentado con arreglo a las normas vigentes.

**Artículo 11. Cesión de Cuotas.** Las cuotas en que se representa el capital de la empresa, podrán ser cedidas total o parcialmente, en cuyo caso dicha cesión deberá constar por escrito con anotación en el respectivo registro mercantil.

**Artículo 12. Administración de la sociedad.** La administración de la empresa estará en cabeza de la Asamblea General de Acciones, luego el Gerente, de libre nombramiento y remoción por parte de la Asamblea General de Acciones.

**Artículo 13. Facultades del Gerente.** El Gerente es el representante legal de la Empresa, con facultades, por lo tanto, para ejecutar todos los actos y contratos acordes con la naturaleza de su cargo y que se relacionan directamente con el giro ordinario de los negocios de la Empresa. En especial el Gerente tendrá las siguientes funciones:

1. Usar de la firma o razón social;
2. Designar los empleados que requiera el normal funcionamiento de la compañía y señalarles su remuneración.
3. Rendir cuentas de su gestión al constituyente, en la forma establecida en el artículo undécimo.
4. Constituir los apoderados judiciales necesarios para la defensa de los intereses sociales.

PAR. El Gerente requerirá autorización previa del Constituyente para la ejecución de todo acto o contrato que exceda quinientos mil pesos (\$500.000).

**Artículo 14. Rendición de cuentas.** El Gerente deberá rendir al empresario constituyente cuentas comprobadas de su gestión al final de cada ejercicio, dentro del mes siguiente a la fecha en la cual se retire de su cargo y en cualquier momento en que el Constituyente las exija. Para tal efecto, presentará los estados financieros que fueran pertinentes, junto con un informe de gestión. Las cuentas anuales de final de ejercicio deberán presentarse antes del 1° de abril de cada año.

**Artículo 15. Designación.** Se nombrará como Gerente a un empresario constituyente, quién ejercerá sus funciones y ostentará el cargo hasta cuando se designe y efectúe el registro correspondiente de cualquier nuevo nombramiento.

**Artículo 16. Reserva Legal.** La empresa formará una reserva legal con el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio, hasta completar el cincuenta por ciento (50%) del capital. En caso de que este último porcentaje disminuyere por cualquier causa, la Empresa deberá seguir apropiando el mismo diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de los ejercicios siguientes hasta cuando la reserva legal alcance nuevamente el límite fijado.

**Parágrafo.** En caso de pérdidas, estas se cubrirán con las reservas que se hayan constituido para ese fin y en su defecto, con la reserva legal.

**Artículo 17. Causales de disolución.** La Empresa se disolverá por las siguientes causales:

1. Por voluntad del Constituyente.
2. Por vencimiento del término previsto, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el registro mercantil antes de su expiración.
3. Por muerte del constituyente.
4. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas.

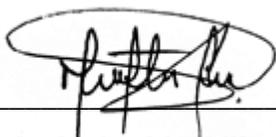
5. Por orden de autoridad competente.
6. Por la iniciación del trámite de liquidación obligatoria.

**Artículo 18. Liquidación.** Disuelta la Empresa, se procederá de inmediato a su liquidación en la forma indicada en la ley. En consecuencia, no podrá iniciar nuevas operaciones en desarrollo de su objeto y conservará su capacidad jurídica únicamente para los actos necesarios a la liquidación. El nombre de la Empresa, una vez disuelta, se adicionará con la expresión “en liquidación”. Su omisión hará incurrir a los encargados de adelantar el proceso liquidatorio en las responsabilidades establecidas en la ley.

**Parágrafo primero.** En los casos previstos en el Código de Comercio, podrá evitarse la disolución de la sociedad adoptando las modificaciones que sean del caso según la causal ocurrida, siempre y cuando se efectúen dentro de los seis meses siguientes a la ocurrencia de la causal.

**Parágrafo segundo.** La liquidación del patrimonio podrá hacerse por los accionistas o por un liquidador o varios liquidadores nombrados por ellos. El nombramiento se inscribirá en el registro público de comercio. Sobre el particular se seguirán las reglas previstas para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada.

Socios constituyentes y accionistas:



**Martha lucia chinchilla Contreras**  
CC. 1.091.656.166



**Mario Alfonso Mendoza Almarino**  
CC. 1.140.835.323



**Juan Gabriel Pérez Contreras**  
CC. 1.091.678.243

**B) Legalización comercial:**

Para la legalización comercial del restaurante tipo buffet Buena Vida, inicialmente es necesario la solicitud de matrícula ante la Cámara de Comercio de la ciudad de Ocaña N.S, esto se logra llenando cada uno de los requisitos que se deben entregar de manera oportuna.

**4.4 Estudio ambiental y social para la creación de un restaurante tipo buffet en Ocaña Norte de Santander.*****4.4.1 Estudio Ambiental***

Se podría pensar que un restaurante no tiene algún tipo de impacto ambiental, sin embargo, al igual que cualquier establecimiento comercial, los restaurantes hacen uso de materiales que al desecharse se podrían reciclar y dar usos más útiles. El restaurante Buffet Buena Vida busca aportar un impacto ambiental positivo como empresa, que mitigue las consecuencias por contaminación, mal uso del plástico, el aceite y residuos a la ciudad Ocañera, por ello, ha establecido directrices según la normatividad ambiental en Colombia. Buena Vida, se compromete y se ajustará a las normas reflejadas en la Figura 26, con el objetivo de lograr prevenir y aportar, a la reducción del impacto ambiental en Colombia y el mundo.

**Figura 28***Acciones del Restaurante Buffet Buena Vida para la prevención del impacto ambiental*

|  |  |  |
|--|--|--|
| <p>Se hará uso racional de los residuos sólidos a través de la clasificación de los mismos.</p> <p>Decreto 2104 de 1983</p>    | <p>Otorgar el lugar adecuado para el cargue y descargue de desechos que afecten la salud pública.</p> <p>Resolución 541 de 1994</p>          | <p>De tener materiales que se pueden reciclar, la empresa se compromete a darlas a los recicladores de la ciudad.</p> <p>Decreto 596 de 2016</p> |
| <p>En cuanto a las bolsas plásticas, la empresa se compromete a hacer uso racional de ellas.</p> <p>Resolución 668 de 2016</p> | <p>Echar los aceites usados sobrantes de la cocina en recipientes, mas no botarlos por el cifón del agua.</p> <p>Resolución 0316 de 2018</p> | <p>Hacer uso adecuado y racional de los servicios de agua, luz, y gas.</p> <p>Resolución 1508 de 2010</p>  |

*Nota.* Figura basada en la normatividad existente para el medio ambiente en Colombia. Basado en <https://deseguridadysalud.com/normatividad-ambiental-en-colombia/>

**4.4.2 Estudio Social**

**Impacto a la comunidad Ocañera:** Al momento de pensar en la creación del primer restaurante tipo buffet en Ocaña N.S, es posible poder percibir el desarrollo como un factor que beneficia a todos. Los restaurantes buffet se destacan por ofrecer variados alimentos ya preparados y que el cliente escoja a su preferencia, a un precio económico; este concepto, no se ha implementado en la ciudad, lo que produce un valor añadido y único en Ocaña.

Por otra parte, Buena Vida, generará 7 empleos que darán calidad de vida y trabajo digno para las personas que trabajan en el. Así mismo, al momento de pagar los compromisos tributarios, se está contribuyendo a las acciones sociales que la administración municipal de turno tenga en su plan de desarrollo.

## **4.5 Estudio económico financiero para la creación del restaurante tipo buffet.**

### ***4.5.1 Estudio Financiero***

A continuación, se relacionan los gastos y costos, balance inicial, estados de resultados, y demás aspectos necesarios para el estudio financiero para la creación del Restaurante Buffet

Buena Vida.

**A) Inversión Fija:**

-Maquinaria y equipo.

**Tabla 49***Maquinaria y Equipo*

| <b>Concepto</b>   | <b>Cantidad</b> | <b>Valor unitario</b> | <b>Valor total</b>  |
|---|-----------------|-----------------------|---------------------|
| Estufa industrial de 6 fogones                                    | 1               | 10.000.000            | 10.000.000          |
| Freidora a gas  | 1               | 7.000.000             | 7.000.000           |
| Plancha a gas   | 1               | 3.000.00              | 3.000.00            |
| Refrigerador  | 1               | 10.000.000            | 10.000.000          |
| Nevera  | 1               | 7.000.000             | 7.000.000           |
| Mesones en acero inoxidable                                       | 3               | 900.000               | 2.700.000           |
| Licuadora   | 2               | 250.000               | 500.000             |
| Horno a gas   | 1               | 2.000.000             | 2.000.000           |
| Horno Microondas  | 1               | 500.000               | 500.000             |
| Parrilla a gas  | 1               | 1.500.000             | 1.500.000           |
| Campana de extracción   | 1               | 2.000.000             | 2.000.000           |
| Estante   | 3               | 1.000.000             | 3.000.000           |
| Sartenes  | 6               | 80.000                | 480.000             |
| Ollas   | 6               | 80.000                | 480.000             |
| Mesa de servicio sistema para buffet frío                         | 1               | 10.000.000            | 10.000.000          |
| Mesa de servicio sistema para buffet caliente                     | 1               | 13.000.000            | 13.000.000          |
| Dispensador de bebidas para buffet                                | 1               | 5.000.000             | 5.000.000           |
| Juegos de cristalería blanca x 6                                  | 10              | 200.000               | 2.000.000           |
| Bandejas en acero inoxidable                                      | 10              | 50.000                | 500.000             |
| Juego de vasos en vidrio x 6                                      | 10              | 10.000                | 100.000             |
| Herramientas para preparación de alimentos (a solicitud del chef) | -               | 1.500.000             | 1.500.000           |
| Equipos para aseo del restaurante                                 | -               | 300.000               | 300.000             |
| Juego de cubertería 72 piezas                                     | 2               | 100.000               | 200.000             |
| Otros   | -               | 800.000               | 800.000             |
| <b>Total</b>  |                 | <b>\$56.270.000</b>   | <b>\$67.880.000</b> |

*Nota.* Tabla realizada por la estudiante

-Muebles y enseres.

**Tabla 50**

*Muebles y enseres*

| <b>Concepto</b>             | <b>Cantidad</b> | <b>Valor unitario</b> | <b>Valor total</b> |
|-----------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Mesas                       | 7               | 100.000               | 700.000            |
| Sillas                      | 34              | 70.000                | 2.380.000          |
| Tarima para shows musicales | 1               | 800.000               | 800.000            |
| <b>Total</b>                |                 | <b>970.000</b>        | <b>3.880.000</b>   |

*Nota.* Tabla realizada por la estudiante

-Equipos de computación y comunicación

**Tabla 51**

*Equipo de computación y comunicación*

| <b>Concepto</b>                                 | <b>Cantidad</b> | <b>Valor unitario</b> | <b>Valor total</b> |
|---|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Caja registradora                               | 1               | 300.000               | 300.000            |
| Computador de mesa                              | 1               | 1.300.000             | 1.300.000          |
| Equipo de sonido para tarima de shows musicales | 1               | 100.000               | 100.000            |
| Televisor                                       | 1               | 1.200.000             | 1.200.000          |
| Sistema de cámaras de seguridad                 | 1               | 500.000               | 500.000            |
| Teléfono  | 1               | 50.000                | 50.000             |
| Datafono  | 1               | 50.000                | 50.000             |
| <b>Total</b>                                    |                 | <b>3.500.000</b>      | <b>3.500.000</b>   |

*Nota.* Tabla realizada por la estudiante

## Inversión fija

**Tabla 52***Inversión fija*

| <b>Concepto</b>                       | <b>Valor total mensual</b> |
|---------------------------------------|----------------------------|
| Maquinaria y equipo                   | \$67.880.000               |
| Muebles y enseres                     | \$3.880.000                |
| Equipos de computación y comunicación | \$3.500.000                |
| <b>Total</b>                          | <b>\$72.260.000</b>        |

*Nota.* Tabla realizada por la estudiante.

**B) Inversión diferida****Tabla 53***Inversión diferida*

| <b>Concepto</b>               | <b>Valor total mensual</b> |
|-------------------------------|----------------------------|
| Costo estudio de factibilidad | \$800.000                  |
| Costos legales                | \$500.000                  |
| <b>Total</b>                  | <b>\$1.300.000</b>         |

*Nota.* Tabla realizada por la estudiante.

**C) Gastos**

-Talento humano requerido

**Tabla 54***Talento humano requerido*

| <b>Concepto</b>       | <b>Cantidad</b> | <b>Valor unitario</b> | <b>Valor total mensual</b> | <b>Valor total anual</b> | <b>Valor Total anual sin el contador</b> |
|-----------------------|-----------------|-----------------------|----------------------------|--------------------------|--|
| Gerente               | 1               | 1.500.000             | 1.500.000                  | \$18.000.000             | \$18.000.000                             |
| Contador (Honorarios) | 1               | 1.000.000             | 1.000.000                  | \$12.000.000             | -  |
| Cajero                | 1               | 500.000               | 500.000                    | \$ 6.000.000             | \$ 6.000.000                             |
| Chef                  | 1               | 1.000.000             | 1.000.000                  | \$12.000.000             | \$12.000.000                             |
| Auxiliar de cocina    | 2               | 500.000               | 1.000.000                  | \$12.000.000             | \$12.000.000                             |
| Mesero                | 2               | 500.000               | 1.000.000                  | \$12.000.000             | \$12.000.000                             |
| Aseadora              | 1               | 500.000               | 500.000                    | \$ 6.000.000             | \$ 6.000.000                             |
| <b>Total</b>          | <b>10</b>       | <b>\$5.500.000</b>    | <b>\$6.500.000</b>         | <b>\$78.000.000</b>      | <b>\$66.000.000</b>                      |

*Nota.* A el contador se le pagará por honorarios, él asistirá una vez por semana al restaurante.

-Gastos de personal. Los gastos de personal tendrán un aumento porcentual del 2,8% a excepción de las prestaciones que ya tienen sus porcentajes; el auxilio de transporte el valor de \$117.172 pesos y la dotación con un valor de \$80.000.

**Tabla 55**

*Gastos de personal*

| <b>Concepto</b>       | <b>Año 1</b>         | <b>Año 2</b>         | <b>Año 3</b>         | <b>Año 4</b>         | <b>Año 5</b>         |
|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Sueldo                | \$ 78.000.000        | \$80.184.000         | \$82.429.152         | \$84.737.168         | \$87.109.809         |
| Auxilio de transporte | \$11.248.512         | \$11.563.470         | \$11.887.248         | \$12.220.090         | \$12.562.253         |
| Dotación              | \$7.680.000          | \$7.895.040          | \$8.116.101          | \$8.343.352          | \$8.576.966          |
| Prima 8.33%           | \$ 6.497.400         | \$ 6.679.327         | \$ 6.866.348         | \$ 7.058.606         | \$ 7.256.247         |
| Cesantías 8.33%       | \$ 6.497.400         | \$ 6.679.327         | \$ 6.866.348         | \$ 7.058.606         | \$ 7.256.247         |
| Interés/cesantías 12% | \$ 9.360.000         | \$ 9.622.080         | \$ 9.891.498         | \$10.168.460         | \$10.453.177         |
| Vacaciones 4.17%      | \$ 3.252.600         | \$ 3.343.673         | \$ 3.437.296         | \$ 3.533.540         | \$ 3.632.479         |
| Parafiscales 9%       | \$ 7.020.000         | \$ 7.216.560         | \$ 7.418.624         | \$ 7.626.345         | \$ 7.839.883         |
| Pensión 12%           | \$ 9.360.000         | \$ 9.622.080         | \$ 9.891.498         | \$10.168.460         | \$10.453.177         |
| ARL 0,5%              | \$ 390.000           | \$ 400.920           | \$ 412.146           | \$ 423.686           | \$ 435.549           |
| <b>Total</b>          | <b>\$139.305.912</b> | <b>\$143.206.477</b> | <b>\$147.216.259</b> | <b>\$151.338.313</b> | <b>\$155.575.787</b> |

*Nota.* En la tabla no se tiene en cuenta al contador, debido a que se le pagará por honorarios.

-Gastos de Funcionamiento.

**Tabla 56**

*Gastos de funcionamiento*

| <b>Concepto</b>           | <b>Valor</b>       |
|---------------------------|--------------------|
| Servicio de agua          | \$300.000          |
| Servicio de luz           | \$200.000          |
| Servicio de gas           | \$400.000          |
| Servicio de internet y tv | \$80.000           |
| Arrendamiento             | \$1.500.000        |
| <b>Total</b>              | <b>\$2.480.000</b> |

*Nota.* Tabla realizada por la estudiante

#### **D) Costo total y producción**

- Costos diferidos

**Tabla 57**

*Costos diferidos*

| <b>Concepto</b>               | <b>Valor mensual</b> | <b>Año 1</b>        | <b>Año 2</b>       | <b>Año 3</b>       | <b>Año 4</b>        | <b>Año 5</b>        |
|-------------------------------|----------------------|---------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| Papelería y útiles de oficina | \$30.000             | \$360.000           | \$720.000          | \$1.080.000        | \$1.440.000         | \$1.800.000         |
| Publicidad                    | \$500.000            | \$6.000.000         | \$6.100.000        | \$6.200.000        | \$6.300.000         | \$6.400.000         |
| <b>Total</b>                  | <b>\$ 530.000</b>    | <b>\$ 6.360.000</b> | <b>\$6.820.000</b> | <b>\$7.280.000</b> | <b>\$ 7.740.000</b> | <b>\$ 8.200.000</b> |

*Nota.* El valor de la publicidad aumenta \$100.000 por año.

## -Costos de producción, fijos y variables

**Tabla 58***Costos de producción, fijos y variables*

| <b>Costos de Producción</b>       | <b>Valor mensual</b> | <b>Año 1</b>         | <b>Año 2</b>         | <b>Año 3</b>         | <b>Año 4</b>         | <b>Año 5</b>         |
|-----------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Materia prima                     | \$7.500.000          | \$90.000.000         | \$94.500.000         | \$99.225.000         | \$104.186.250        | \$109.395.563        |
| Sueldos                           | \$6.500.000          | \$78.000.000         | \$81.900.000         | \$85.995.000         | \$ 90.294.750        | \$ 94.809.488        |
| <b>Total costos de producción</b> | <b>\$14.000.000</b>  | <b>\$168.000.000</b> | <b>\$176.400.000</b> | <b>\$185.220.000</b> | <b>\$194.481.000</b> | <b>\$204.205.050</b> |
| <b>Costo fijo</b>                 | <b>Valor mensual</b> | <b>Año 1</b>         | <b>Año 2</b>         | <b>Año 3</b>         | <b>Año 4</b>         | <b>Año 5</b>         |
| Servicio de internet y tv         | \$ 80.000            | \$ 960.000           | \$ 1.008.000         | \$ 1.058.400         | \$ 1.111.320         | \$ 1.166.886         |
| Arrendamiento                     | \$1.500.000          | \$18.000.000         | \$18.900.000         | \$19.845.000         | \$20.837.250         | \$21.879.113         |
| <b>Total costos fijos</b>         | <b>\$1.580.000</b>   | <b>\$ 18.960.000</b> | <b>\$ 19.908.000</b> | <b>\$ 20.903.400</b> | <b>\$ 21.948.570</b> | <b>\$ 23.045.999</b> |
| <b>Costo variable</b>             | <b>Valor mensual</b> | <b>Año 1</b>         | <b>Año 2</b>         | <b>Año 3</b>         | <b>Año 4</b>         | <b>Año 5</b>         |
| Servicio de agua                  | \$300.000            | \$ 3.600.000         | \$ 3.780.000         | \$ 3.969.000         | \$ 4.167.450         | \$ 4.375.823         |
| Servicio de luz                   | \$200.000            | \$ 2.400.000         | \$ 2.520.000         | \$ 2.646.000         | \$ 2.778.300         | \$ 2.917.215         |
| Servicio de gas                   | \$400.000            | \$ 4.800.000         | \$ 5.040.000         | \$ 5.292.000         | \$ 5.556.600         | \$ 5.834.430         |
| <b>Total costos variables</b>     | <b>\$900.000</b>     | <b>\$ 10.800.000</b> | <b>\$11.340.000</b>  | <b>\$11.907.000</b>  | <b>\$12.502.350</b>  | <b>\$13.127.468</b>  |

*Nota.* Para efectos del ejercicio, en cada año se aumenta un valor porcentual del 5%, establecido a través del análisis de la inflación desde el año 2019 hasta el año 2021, lo que permite que los valores de la tabla fluctúen según el aumento de los bienes en los años venideros.

-Ingresos

Según el análisis de la oferta se estima a continuación el ingreso mensual y anual del Restaurante Buena Vida.

**Tabla 59**

*Ingresos Año 1*

| Concepto              | Precio          | Personas diarias | Total diaria       | Total semanal      | Total mensual     | Total Anual           |
|-----------------------|-----------------|------------------|--------------------|--------------------|-------------------|-----------------------|
| Almuerzo              | \$10.000        | 52               | \$520.000          | \$3.640.000        | \$14.560.000      | \$174.720.000         |
| Cena                  | \$10.000        | 52               | \$520.000          | \$3.640.000        | \$14.560.000      | \$174.720.000         |
| <b>Total Ingresos</b> | <b>\$20.000</b> | <b>104</b>       | <b>\$1.040.000</b> | <b>\$7.280.000</b> | <b>29.120.000</b> | <b>\$ 349.440.000</b> |

*Nota.* Tabla realizada por la estudiante.

**Tabla 60**

*Ingresos por años*

| Concepto              | Personas diarias | Año 1                 | Año 2                 | Año 3                 | Año 4                 | Año 5                 |
|-----------------------|------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Almuerzo              | 52               | \$ 174.720.000        | \$ 183.456.000        | \$ 192.628.800        | \$ 202.260.240        | \$ 212.373.252        |
| Cena                  | 52               | \$ 174.720.000        | \$ 183.456.000        | \$ 192.628.800        | \$ 202.260.240        | \$ 212.373.252        |
| <b>Total Ingresos</b> | <b>104</b>       | <b>\$ 349.440.000</b> | <b>\$ 366.912.000</b> | <b>\$ 385.257.600</b> | <b>\$ 404.520.480</b> | <b>\$ 424.746.504</b> |

*Nota.* Para efectos del ejercicio, en cada año se aumenta un valor porcentual del 5%, establecido a través del análisis de la inflación desde el año 2019 hasta el año 2021, lo que permite que los valores de la tabla fluctúen según el aumento de los bienes en los años venideros.

-Depreciación. La depreciación se realiza por el Método de Línea Recta, por ello, es necesario aplicar la ecuación: Valor a depreciar= Valor del activo/vida útil=Depreciación Anual

Se espera que la maquinaria y equipo para el cumplimiento de los 10 años de vida útil tenga un valor residual de \$1.00.000; que los muebles y enseres tenga un valor residual de \$100.000; y los equipos de computación y comunicación un valor residual de \$400.000.

Se aplica la fórmula de depreciación por el método de línea recta:

$$\text{MLR} = (\text{Costo} - \text{Valor Residual}) / \text{Vida Útil en Años}$$

Maquinaria y equipo:

$$\text{MLR} = (\$67.880.000 - 1.000.000) / 10$$

$$\text{MLR} = \$6.688.000$$

Muebles y enseres:

$$\text{MLR} = (\$3.880.000 - 100.000) / 10$$

$$\text{MLR} = \$378.000$$

Equipos de computación y comunicación:

$$\text{MLR} = (\$3.500.000 - 400.000) / 10$$

$$\text{MLR} = \$310.000$$

**Tabla 61**

*Depreciación*

| Concepto                              | Valor del activo    | Vida útil | Año 1              | Año 2              | Año 3              | Año 4              | Año 5              |
|---------------------------------------|---------------------|-----------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Maquinaria y equipo                   | \$67.880.000        | 10        | \$6.699.000        | \$6.699.000        | \$6.699.000        | \$6.699.000        | \$6.699.000        |
| Muebles y enseres                     | \$3.880.000         | 10        | \$378.000          | \$378.000          | \$378.000          | \$378.000          | \$378.000          |
| Equipos de computación y comunicación | \$3.500.000         | 5         | \$310.000          | \$310.000          | \$310.000          | \$310.000          | \$310.000          |
| <b>Total</b>                          | <b>\$75.260.000</b> | -         | <b>\$7.387.000</b> | <b>\$7.387.000</b> | <b>\$7.387.000</b> | <b>\$7.387.000</b> | <b>\$7.387.000</b> |

*Nota. Método línea recta.*

## E) Balance Inicial

**Tabla 62**

*Balance Inicial*

| <b>Restaurante Buffet Buena Vida</b> |                     |
|--------------------------------------|---------------------|
| <b>Balance Inicial</b>               |                     |
| <b>ACTIVO</b>                        |                     |
| <b>Activo fijo</b>                   |                     |
| Muebles y enseres                    | \$3.880.000         |
| Maquinaria y equipo                  | \$67.880.000        |
| Equipo de computación y comunicación | \$3.500.000         |
| <b>Total Activos Fijos</b>           | <b>\$75.260.000</b> |
| <b>Activo diferido</b>               |                     |
| Publicidad                           | \$500.000           |
| Gastos legales                       | \$500.000           |
| Gasto estudio de factibilidad        | \$800.000           |
| Papelería y Útiles de oficina        | \$30.000            |
| <b>Total Activos Diferidos</b>       | <b>\$1.830.000</b>  |
| <b>Total Activo</b>                  | <b>\$77.090.000</b> |
| <b>PASIVO</b>                        |                     |
| <b>Total Pasivo</b>                  | <b>\$0</b>          |
| <b>PATRIMONIO</b>                    |                     |
| Capital Social                       | \$77.090.000        |
| <b>Total Patrimonio</b>              | <b>\$77.090.000</b> |
| <b>Total Pasivo + Patrimonio</b>     | <b>\$77.090.000</b> |

*Nota.* Tabla realizada por la estudiante.

**F) Estados de resultados**

**Tabla 63**

*Estados de Resultados*

| <b>Restaurante Buffet Buena Vida</b>  |                       |                       |                       |                       |                       |
|---------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <b>Estados de Resultados</b>          |                       |                       |                       |                       |                       |
|                                       | <b>Año 1</b>          | <b>Año 2</b>          | <b>Año 3</b>          | <b>Año 4</b>          | <b>Año 5</b>          |
| Ingreso                               | \$ 349.440.000        | \$ 366.912.000        | \$ 385.257.600        | \$ 404.520.480        | \$ 424.746.504        |
| (-) Costos De Producción              | \$168.000.000         | \$176.400.000         | \$185.220.000         | \$194.481.000         | \$204.205.050         |
| <b>(=) UTILIDAD BRUTA</b>             | <b>\$ 181.440.000</b> | <b>\$ 190.512.000</b> | <b>\$ 200.037.600</b> | <b>\$ 210.039.480</b> | <b>\$ 220.541.454</b> |
| (-) Costos Variables                  | \$ 10.800.000         | \$11.340.000          | \$11.907.000          | \$12.502.350          | \$13.127.468          |
| (-) Costos Fijos                      | \$ 18.960.000         | \$ 19.908.000         | \$ 20.903.400         | \$ 21.948.570         | \$ 23.045.999         |
| <b>Total Costos</b>                   | <b>\$ 151.680.000</b> | <b>\$ 159.264.000</b> | <b>\$ 167.227.200</b> | <b>\$ 175.588.560</b> | <b>\$ 184.367.987</b> |
| <b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>       | <b>\$ 29.760.000</b>  | <b>\$ 31.248.000</b>  | <b>\$ 32.810.400</b>  | <b>\$ 34.450.920</b>  | <b>\$ 36.173.467</b>  |
| (-) Depreciación                      | \$7.387.000           | \$7.387.000           | \$7.387.000           | \$7.387.000           | \$7.387.000           |
| (-) Diferidos                         | \$ 530.000            | \$ 6.360.000          | \$6.820.000           | \$7.280.000           | \$ 7.740.000          |
| <b>(=) Utilidad Antes De Impuesto</b> | <b>\$ 21.843.000</b>  | <b>\$ 17.501.000</b>  | <b>\$ 18.603.400</b>  | <b>\$ 19.783.920</b>  | <b>\$ 21.046.467</b>  |
| (-) Impuesto De Renta (35%)           | \$ 7.645.050          | \$ 6.125.350          | \$ 6.511.190          | \$ 6.924.372          | \$ 7.366.263          |
| <b>(=) Utilidad Neta</b>              | <b>\$ 14.197.950</b>  | <b>\$ 11.375.650</b>  | <b>\$ 12.092.210</b>  | <b>\$ 12.859.548</b>  | <b>\$ 13.680.204</b>  |

### G) Financiación

Los recursos necesarios para la creación del Restaurante Buena Vida, se obtendrán a través de los aportes de cada uno de los socios, los cuales se distribuirán los 77.090.000 según los activos necesarios para la empresa.

### H) Flujo de Caja

**Tabla 64**

*Flujo de Caja*

|                      | <b>Año 1</b>        | <b>Año 2</b>        | <b>Año 3</b>        | <b>Año 4</b>        | <b>Año 5</b>        |
|----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Utilidad Neta        | \$ 14.197.950       | \$ 11.375.650       | \$ 12.092.210       | \$ 12.859.548       | \$ 13.680.204       |
| (+) Depreciación     | \$7.387.000         | \$7.387.000         | \$7.387.000         | \$7.387.000         | \$7.387.000         |
| (+) Diferidos        | \$ 530.000          | \$ 6.360.000        | \$6.820.000         | \$7.280.000         | \$ 7.740.000        |
| <b>Flujo de caja</b> | <b>\$22.114.950</b> | <b>\$25.122.650</b> | <b>\$26.299.210</b> | <b>\$27.526.548</b> | <b>\$28.807.204</b> |

#### 4.5.2 Estudio Económico

- **Valor Presente Neto (VPN).** El Restaurante Buffet Buena Vida, calculará el Valor Presente Neto de cinco periodos anuales y se tomará una tasa de descuento anual por el valor de 5%.

$$\text{VPN} = \sum \frac{(\text{Flujo de caja})}{(1 + \text{tasa de descuento})^n}$$

$$\text{VPN} = \sum \frac{(22.114.950)}{(1 + 0.05)^1} + \frac{(25.122.650)}{(1 + 0.05)^2} + \frac{(26.299.210)}{(1 + 0.05)^3} + \frac{(27.526.548)}{(1 + 0.05)^4} + \frac{(28.807.204)}{(1 + 0.05)^5}$$

$$\text{VPN} = \sum 21.061.857 + 22.786.984 + 22.718.246 + 22.646.159 + 22.571.198$$

$$\text{VPN} = \$ 111.784.445$$

Se puede evidenciar que al hallar el VPN comparado con la inversión inicial requerida de \$77.090.000, este valor se recuperará y es factible en el tiempo crear el Restaurante Buffet Buena Vida.

-**Valor Actual Neto (VAN).**

$$\text{VAN} = \text{VPN} - \text{Inversión Inicial}$$

$$\text{VAN} = \$111.784.445 - \$77.090.000$$

$$\text{VAN} = \$34.694.445$$

El VAN arrojó un valor positivo, evidenciando que la creación del Restaurante Buffet es viable y factible durante el tiempo.

**-Tasa Interna de Retorno (TIR).** La TIR, permite hallar los rendimientos futuros de la empresa. Para este caso, se definen dos porcentajes de tasa, una inferior T1=8% y la otra superior T2= 12%.

**Tasa 1: 8% / 0.08**

$$VPN = \sum \frac{(22.114.950)}{(1 + 0.08)^1} + \frac{(25.122.650)}{(1 + 0.08)^2} + \frac{(26.299.210)}{(1 + 0.08)^3} + \frac{(27.526.548)}{(1 + 0.08)^4} + \frac{(28.807.204)}{(1 + 0.08)^5}$$

$$VPN = \sum 20.476.806 + 21.538.623 + 20.877.161 + 20.232.835 + 19.605.699$$

$$VPN = \$ 102.731.123$$

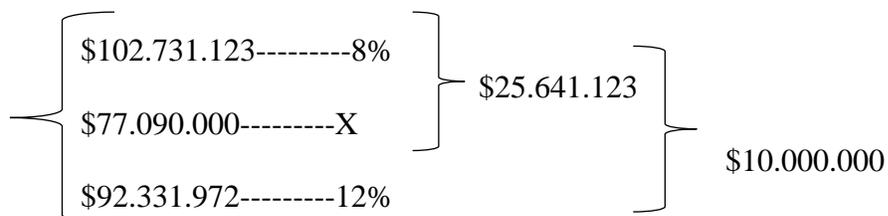
**Tasa 2:12% / 0.12**

$$VPN = \sum \frac{(22.114.950)}{(1 + 0.12)^1} + \frac{(25.122.650)}{(1 + 0.12)^2} + \frac{(26.299.210)}{(1 + 0.12)^3} + \frac{(27.526.548)}{(1 + 0.12)^4} + \frac{(28.807.204)}{(1 + 0.12)^5}$$

$$VPN = \sum 19.745.491 + 20.027.623 + 18.719.258 + 17.493.619 + 16.345.981$$

$$VPN = \$ 92.331.972$$

**Interpolación de T1 y T2**



Dónde:

$$\$102.731.123 - \$77.090.000 = \$25.641.123$$

$$\$102.731.123 - \$92.331.972 = \$10.000.000$$

Entonces,

$$X = \frac{\$10.000.000}{\$25.641.123}$$

$$X = 0,38999$$

$$X = 39\%$$

Luego se le suma la tasa mayor al resultado de X,

$$TIR = 12\% + 39\%$$

$$TIR = 51\%$$

Por lo anterior, la interpolación realizada entre las dos tasas de 8% y 12%, comprueban que el Restaurante Buffet Buena Vida recuperará la inversión en un 51% durante los periodos establecidos de cinco años, lo que afirma que es viable y factible invertir en la creación de un restaurante buffet en Ocaña Norte de Santander.

### **-Razón Costo Beneficio**

$$\text{Razón Costo Beneficio} = \text{Flujos positivos} / \text{Flujos negativos}$$

$$\text{Razón Costo Beneficio} = \$111.784.445 / \$77.090.000$$

$$\text{Razón Costo Beneficio} = 1,45$$

El resultado de la razón beneficio costo, es mayor que 1, lo que indica que el proyecto es factible.

## 5. Conclusiones

Para el desarrollo del estudio de factibilidad para la creación de un restaurante tipo buffet en la ciudad de Ocaña Norte de Santander, se realizaron diferentes estudios que conforman la factibilidad del proyecto, por ello, el estudio de mercado arrojó que el proyecto cuenta con una demanda estimada de 75.203 personas que están abiertas a asistir al restaurante buffet, así mismo, la oferta tendría una capacidad de atención diaria de 104 personas que se dividen en un estimado entre 52 en horario de almuerzo y 52 de cena; así mismo, se desarrolló la estrategia de las “4P del marketing” y se diseñó el logo del restaurante y la razón social del mismo, quedando como: Restaurante Buffet Buena Vida.

Por otra parte, el estudio técnico permitió determinar que el restaurante buffet será una microempresa, con localización en la zona centro de Ocaña, por lo cual se establecieron los procesos de producción, los requerimientos físicos y la mano de obra para la creación de la empresa. Durante el desarrollo del estudio administrativo se pudo establecer la misión, visión, objetivos, valores, organigrama, manuela de funciones y el reglamento interno del restaurante buffet. Para el estudio legal, se desarrolló el estatuto legal para la creación del restaurante buffet y la legalización comercial.

Finalmente, para el estudio ambiental, se dictaron las acciones que el Restaurante Buffet Buena Vida tendrá para la prevención del impacto ambiental en la región ocañera; y, para el estudio social, se reflejó el impacto social a la comunidad ocañera. Y, los estudios financiero y económico permitieron observar la viabilidad de la creación del Restaurante Buffet Buena Vida, en donde se pudo concluir que es totalmente viable y factible invertir en su creación.

## **6. Recomendaciones**

Inicialmente se recomienda evaluar trimestralmente la demanda, debido a que sus criterio, gustos y preferencias pueden cambiar dependiendo de las influencias o modas que haya en el momento.

Es importante, que en momento de funcionamiento del Restaurante Buffet Buena vida se tenga en cuenta la estructura administrativa y se respetan cada una de las áreas y de los procesos que tenga cada trabajador, para poder tener un ambiente sano, respetable y eficiente.

Finalmente, se recomienda actualizar las normas y funciones dependiendo de las necesidades del momento, así como respetar el estudio financiero y actualizarlo de ser posible cada periodo anual, para así atraer inversiones si se requiere o saber el valor adquisitivo que ha obtenido el Restaurante Buffet Buena Vida desde que abrió sus puertas.

## Referencias

- Álvarez, J., Camacho, S., Maldonado, G., Trejo, C., Olgúin, A., & Pérez, M. (2020). *La investigación cualitativa*. Obtenido de <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n3/e2.html#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20cualitativa%20posee%20un,fen%C3%B3meno%20en%20base%20a%20los>
- Bembibre, C. (2009). *Definición de Restaurante*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/social/restaurante.php>
- Di Clemente, E., Hernández, J., & López, T. (30 de Octubre de 2013). *La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico. Un análisis DAFO para Extremadura*. Obtenido de <file:///C:/Users/Angie%20Paola%20Dlegado/Downloads/Dialnet-LaGastronomiaComoPatrimonioCulturalYMotorDelDesarr-5385975.pdf>
- Ochoa, K., & Santamaría, A. (2020). *Cultura Gastronómica*. Obtenido de [http://web.uaemex.mx/Culinaria/tres\\_ne/articulo\\_08.pdf](http://web.uaemex.mx/Culinaria/tres_ne/articulo_08.pdf)
- Aquino, R. (31 de Enero de 2008). Obtenido de Teoría de la oferta y la demanda: <https://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-oferta-y-la-demanda/>
- Asamblea Nacional Constituyente. (1991). *CONSTITUCION POLITICA DE COLOMBIA 1991*. Obtenido de <https://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Colombia/colombia91.pdf>
- Baca, G. (2001). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw-Hill.
- Congreso de la República de Colombia. (25 de Julio de 1996). *Ley 300 de 1996*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8634>

DANE. (Julio de 2022). *IPC*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-informacion-tecnica#:~:text=En%20junio%20de%202022%20la,fue%20de%203%2C63%25>.

Enciclopedia. (23 de Mayo de 2012). *Mapa del Municipio de Ocaña, Norte de Santander (Colombia)*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Oca%C3%B1a\\_%28Norte\\_de\\_Santander%29#/media/Archivo:Colombia\\_-\\_Norte\\_de\\_Santander\\_-\\_Oca%C3%B1a.svg](https://es.wikipedia.org/wiki/Oca%C3%B1a_%28Norte_de_Santander%29#/media/Archivo:Colombia_-_Norte_de_Santander_-_Oca%C3%B1a.svg)

Fundación Prenauta. (2018). *La Cultura Gastronómica en las Escuelas*. Obtenido de <https://www.losninossecomenelfuturo.org/la-cultura-gastronomica-en-las-escuelas/>

Fusté-Forné, F. (2016). *Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario*. Obtenido de [http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0797-36912016000100001](http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0797-36912016000100001)

García. (2020). *¿Qué es una encuesta?* Obtenido de <http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/queesunaencuesta.pdf>

Gestión de Recursos Naturales. (2020). *Estudios Ambientales*. Obtenido de <https://www.grn.cl/estudios-ambientales.html#:~:text=Es%20un%20conjunto%20de%20estudios,ambiente%20f%C3%ADsico%2C%20biol%C3%B3gico%20o%20humano>.

Gobernación de Norte de Santander. (2020). *POBLACIÓN POR ÁREA DE RESIDENCIA DEPARTAMENTO NORTE DE SANTANDER 2020*. Obtenido de [https://ids.gov.co/web/2021/DIMENSIONES\\_SP/POBLACION%202020.pdf](https://ids.gov.co/web/2021/DIMENSIONES_SP/POBLACION%202020.pdf)

Google Maps. (2022). *Ocaña Norte de Santander*. Obtenido de [https://www.google.com/maps/place/Oca%C3%B1a,+Norte+de+Santander/@8.2357499,](https://www.google.com/maps/place/Oca%C3%B1a,+Norte+de+Santander/@8.2357499)

-  
 73.3567555,15.66z/data=!4m5!3m4!1s0x8e677beeab6ce443:0x24747bfaf0798150!8m2!  
 3d8.25205!4d-73.3532199?hl=es

Guerrero, V., & Santacruz, A. (2016). *Estudio de mercado, administrativo y legal, para la construcción de un centro de acopio de productos agrícolas en el municipio de Puerto Wilches (Santander)*. Obtenido de

<http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2016/165080.pdf>

Hernández, I. (12 de Enero de 2019). *Tipos de restaurantes*. Obtenido de

<https://www.cursosgastronomia.com.mx/blog/consejos/tipos-de-restaurante/#3-estrellas>

López , E., Aceves, J., Pellat, A., & Puerta, C. (2020). *Estudio administrativo.... un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión*. Obtenido de

<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudioadmtivo.pdf>

López , E., González, N., Osobampo, S., Cano, A., & Gálvez, R. (2020). *Estudio Técnico, Elemento indispensable en la evaluación de proyectos de inversión* . Obtenido de

<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudiotecnico.pdf>

Luna, R., & Chavez, D. (2001). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos*. Obtenido de

<https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV->

[04/semana4/4Guia\\_Factibilidad\\_Proyectos\\_Ecoturisticos\\_CAPAS.pdf](https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia_Factibilidad_Proyectos_Ecoturisticos_CAPAS.pdf)

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (06 de Abril de 2021). *DECRETO 343 DEL 6 DE ABRIL DE 2021*. Obtenido de

<https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20343%20DEL%206%20DE%20ABRIL%20DE%202021.pdf>

Ministerio de Salud y Protección Social. (22 de Julio de 2013). *Resolución 2674 de 2013*.

Obtenido de

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-2674-de-2013.pdf>

Municipios de Colombia. (2022). *EL MUNICIPIO DE OCAÑA*. Obtenido de

<https://www.municipio.com.co/municipio-ocana.html>

Navarro, P. (2020). *Teoría de la Factibilidad*. Obtenido de

[https://www.academia.edu/35196570/TEORIA\\_DE\\_LA\\_FACTIBILIDAD](https://www.academia.edu/35196570/TEORIA_DE_LA_FACTIBILIDAD)

Ocaña Turística. (Febrero de 2015). *Ocaña región turística*. Obtenido de

<https://www.ocanaturistica.com/ocana/atractivos-turisticos/gastronomia/>

Pelaez, A. (20 de Enero de 2012). *Estudio de Mercado*. Obtenido de

<https://www.eoi.es/blogs/madeon/2012/01/20/estudio-de-mercado/>

Pérez, A. (2022). *¿Qué es un estudio financiero?* Obtenido de

<https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo>

Quintero, J. (02 de Octubre de 2011). *TEORÍA DE LAS NECESIDADES DE MASLOW*.

Obtenido de [https://franklin-yagua.webnode.com.ve/\\_files/200000092-e266ae35e3/Teoria\\_Maslow\\_Jose\\_Quintero.pdf](https://franklin-yagua.webnode.com.ve/_files/200000092-e266ae35e3/Teoria_Maslow_Jose_Quintero.pdf)

RAE. (2020). *gastronomía*. Obtenido de <https://dle.rae.es/gastronom%C3%ADa>

Real Academia Española (RAE). (2021). *Gastronomía*. Obtenido de

<https://dle.rae.es/gastronom%C3%ADa>

Real Academia Española. (2022). *Restaurante*. Obtenido de <https://dle.rae.es/restaurante>

Restrepo, C. (08 de Mayo de 2020). *Historia de la gastronomía en Colombia*. Obtenido de

<https://www.historiacocina.com/es/gastronomia-por-paises/colombia>

Revista Alacarta. (24 de Febrero de 2014). *Historia del Buffet*. Obtenido de

<https://www.alacarta.com.py/notas/historia-del-buffet>

Santos, J. (24 de Abril de 2013). *Decreto 803 de 2013*. Obtenido de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=52955>

Significados. (2020). *Significado de Buffet*. Obtenido de <https://www.significados.com/buffet/>

Universidad de Nebrija. (2019). *Las teorías administrativas*. Obtenido de

<https://www.euroinnova.co/blog/que-son-las-teorias-administrativas#teoriacutea-claacutesica>

Universidad Estatal de San Diego. (2021). *Conceptos Básicos de Investigación* . Obtenido de

[https://ori.hhs.gov/education/products/sdsu/espanol/res\\_des1.htm](https://ori.hhs.gov/education/products/sdsu/espanol/res_des1.htm)

Vargas, A. (06 de Abril de 2014). Obtenido de [https://es.slideshare.net/adrianvargassolis/teoria-](https://es.slideshare.net/adrianvargassolis/teoria-del-mercado)

[del-mercado](https://es.slideshare.net/adrianvargassolis/teoria-del-mercado)

## Apéndices

### Apéndice A. Encuesta dirigida a la población Ocañera



*Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.  
Administración de empresas.*

**Objetivo:** Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante tipo buffet en Ocaña Norte de Santander.

**Nota:** Sus respuestas tienen estricto grado de confidencialidad. Agradecemos responder con sinceridad.

1. ¿Con que frecuencia visita usted restaurantes en la ciudad de Ocaña?

Semanal\_\_\_\_ Quincenal\_\_\_\_ Mensual\_\_\_\_

2. Cuando acude a un restaurante ¿Con quién lo hace?

Amigos\_\_\_\_ Pareja\_\_\_\_ Familia\_\_\_\_ Compañeros de Trabajo\_\_\_\_  
Compañeros de estudio\_\_\_\_

3. Cuando visita un restaurante ¿Con qué medio de transporte se desplaza?

Auto propio\_\_\_\_ Transporte público\_\_\_\_ Bicicleta\_\_\_\_ Taxi\_\_\_\_ Otro\_\_\_\_

4. ¿Qué tan importante considera que un restaurante cuente con un parqueadero?

Muy importante\_\_\_\_ Importante\_\_\_\_ Moderadamente importante\_\_\_\_  
De poca importancia\_\_\_\_ Nada importante\_\_\_\_

5. ¿Cuándo suele visitar restaurantes?

Entre semana\_\_\_\_ Fines de semana\_\_\_\_ Feriados\_\_\_\_ En vacaciones\_\_\_\_

6. ¿En qué horario suele visitar restaurantes?

Mañana\_\_\_\_ Tarde\_\_\_\_ Noche\_\_\_\_

7. ¿Cuál es su gasto promedio cuando usted visita un restaurante?

10 mil- 15 mil \_\_\_\_ 15mil – 30 mil\_\_\_\_ 30 en adelante \_\_\_\_

8. ¿Cuáles son los elementos de la ambientación más importantes que considera al elegir un restaurante?

Rapidez\_\_\_\_ Exclusividad\_\_\_\_ Precios\_\_\_\_ Calidad\_\_\_\_ Menú\_\_\_\_

9. ¿Cuáles son los elementos más importantes que considera en el servicio que de un restaurante?

Decoración\_\_\_\_ Iluminación\_\_\_\_ Mobiliario\_\_\_\_ Temática\_\_\_\_ Musicalización\_\_\_\_

10. ¿Estaría de acuerdo que existiera en Ocaña un restaurante tipo buffet?

Totalmente de acuerdo\_\_\_\_ De acuerdo\_\_\_\_ Indeciso\_\_\_\_ En desacuerdo\_\_\_\_  
Totalmente en desacuerdo\_\_\_\_

11. ¿Dónde le gustaría que estuviera ubicado el restaurante?

Acolsure\_\_\_\_ Centro\_\_\_\_ Primavera\_\_\_\_ Otro\_\_\_\_Cuál? \_\_\_\_\_

12. ¿Con qué tipo de guarnición le gustaría acompañar sus platos?

Vegetales Crujientes\_\_\_\_ Salsas y chutneys\_\_\_\_ Picantes\_\_\_\_ Quesos y cremas\_\_\_\_  
Encurtidos\_\_\_\_ Granos y cereales\_\_\_\_

13. ¿Qué tipo de entretenimiento le gustaría presenciar?

Shows musicales en vivo\_\_\_\_ Shows de Comedia\_\_\_\_ Pantallas gigantes con  
entretenimiento deportivo\_\_\_\_ Shows de danzas y folclor\_\_\_\_

14. ¿Por qué medio le gustaría conocer acerca del restaurante?

Redes sociales\_\_\_\_ Sitio web\_\_\_\_ Televisión\_\_\_\_ Radio\_\_\_\_ Revistas o diarios\_\_\_\_