# RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

| | |
|---|---|
| **AUTORES** | Cindy Dayana Avendaño Carvajalino<br>Juan Diego Peña Carrillo |
| **FACULTAD** | Ciencias Administrativas y Económicas |
| **PLAN DE ESTUDIOS** | Administración de Empresas |
| **DIRECTOR** | Delly Esperanza Ascanio Pinzón |
| **TÍTULO DE LA TESIS** | Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante tipo buffet en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander |
| **TITULO EN INGLES** | Feasibility study for the creation of a buffet restaurant in the city of Ocaña, Norte de Santander |


**RESUMEN**
**(70 palabras)**

La comida buffet ofrece flexibilidad, siendo agradable y funcional para cualquier cliente obteniendo como resultado grandes sensaciones durante y al final de la comida para eventos complementando con una serie de experiencias y sobre todo una gastronomía amplia en el país. En la presente de investigación se empleó la investigación descriptivita, con la población de personas mayores de 18 años a las que se les aplico la formula estadística finita.

**RESUMEN EN INGLES**

The buffet meal offers flexibility, being pleasant and functional for any client, resulting in great sensations during and at the end of the meal for events, complemented by a series of experiences and, above all, a wide gastronomy in the country. In this research, descriptive research was used, with the population of people over 18 years of age to whom the finite statistical formula was applied.


| | |
|---|---|
| **PALABRAS CLAVES** | Restaurante, buffet, empresa, clientes, comida |
| **PALABRAS CLAVES EN INGLES** | Restaurant, buffet, company, clients, food |

**CARACTERÍSTICAS**

| | | | |
|---|---|---|---|
| PÁGINAS: 88 | PLANOS: | ILUSTRACIONES: | CD-ROM: |

# Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante tipo buffet en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

**Cindy Dayana Avendaño Carvajalino**

**Juan Diego Peña Carrillo**

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

**Administración de Empresas**

**Esp. Delly Esperanza Ascanio Pinzón**

**6 Marzo de 2024**

## Agradecimientos

Los autores de la investigación Cindy Dayana Avendaño Carvajalino y Juan Diego Peña Carrillo, expresan los agradecimientos a la Esp. Delly Esperanza Ascanio Pinzón, por su guía y acompañamiento en el desarrollo del trabajo de grado.

# Índice

Capítulo 1. Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante tipo buffet en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander ..... 13

1.1 Planteamiento del problema ..... 13

1.2 Formulación del problema ..... 14

1.3 Objetivos ..... 14

*1.3.1 General* ..... 14

*1.3.2 Específicos* ..... 14

1.4 Justificación ..... 15

1.5 Delimitaciones ..... 16

*1.5.1 Operativa* ..... 16

*1.5.2 Conceptual* ..... 17

*1.5.3 Temporal* ..... 17

*1.5.4 Geográfica* ..... 17

Capítulo 2. Marco Referencial ..... 18

2.1 Marco histórico ..... 18

*2.1.1 Antecedentes de los restaurantes tipo buffet a nivel internacional* ..... 18

*2.1.2 Antecedentes de los restaurantes tipo Buffet a nivel nacional* ..... 19

*2.1.3 Antecedentes de los restaurantes tipo Buffet a nivel local* ..... 21

2.2 Marco conceptual ..... 22

2.3 Marco teórico ..... 24

*2.3.1 Teoría de la oferta y demanda* ..... 24

*2.3.2 Teoría de los precios* ..... 24

2.4 Marco legal ..... 25

*2.4.1 Constitución Política Colombiana* ..... 25

*2.4.2 Ley 19 de 1979* ..... 25

*2.4.3 Código de Comercio* ..... 25

*2.4.4 Decreto 3075 de 1997* ..... 26

*2.4.5 Decreto 1500 del 2007* ..... 26

*2.4.6 Resolución 2674 del 2013* ..... 26

Capítulo 3. Diseño metodológico ..... 27

3.1 Tipo de investigación ..... 27

3.2 Población ..... 27

3.3 Muestra ..... 27

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de la información ..... 28

3.5 Procesamiento y análisis de la información ..... 29

Capítulo 4. Presentación de resultados ..... 30

4.1 Demanda, oferta, precio, canal de distribución, publicidad y promoción, por medio del estudio de mercados ..... 30

*4.1.1 Demanda* ..... 41

*4.1.2 Oferta* ..... 42

*4.1.3 Precio* ..... 42

*4.1.4 Canal de distribución* ..... 43

*4.1.5 Logo* ..... 43

*4.1.6 Publicidad y promoción* ..... 44

4.2 Localización, tamaño, flujograma de procesos, requerimientos físicos y humanos que

requiere el restaurante tipo buffet, para su adecuado funcionamiento ..... 44

*4.2.1 Localización* ..... 44

*4.2.2 Tamaño* ..... 45

*4.2.3 Flujograma de procesos* ..... 45

*4.2.4 Requerimientos físicos* ..... 46

4.3 Herramientas administrativas como la misión, visión, políticas, valores corporativos, objetivos, estrategias, organigrama, manuela de funciones, reglamento interno de trabajo y aspectos legales para el restaurante tipo buffet a través de un estudio administrativo y legal ..... 45

*4.3.1 Misión* ..... 45

*4.3.2 Visión* ..... 45

*4.3.3 Políticas* ..... 45

*4.3.4 Valores corporativos* ..... 45

*4.4.5 Objetivos* ..... 46

*4.4.6 Organigrama* ..... 46

*4.4.7 Manual de funciones* ..... 47

*4.4.8 Reglameneto interno de trabajo* ..... 54

*4.4.8 Requisitos para la creación del restaurante* ..... 54

4.4 Estudio financiero donde se muestra los ingresos, gastos, balance y estado de resultados de la puesta en marcha del restaurante ..... 61

4.5 Estudio económico donde se muestres indicadores como son el valor presente neto, valor actual neto, tasa interna de retorno y razón costo beneficio que permiten determinar la viabilidad o no del proyecto restaurante tipo buffet ..... 59

4.6 Impacto social y ambiental del restaurante tipo buffet elaborando un estudio socio-ambiental

..... 62

Capítulo 5. Conclusiones..... 63

Capítulo 6. Recomendaciones ..... 65

Referencias ..... 67

Apéndices ..... 71

## Lista de tablas

Tabla 1 *Genero del encuestado* ..... 30

Tabla 2 *Rango de edad* ..... 31

Tabla 3 *Situación laboral actual* ..... 32

Tabla 4 *Estrato socioeconómico* ..... 33

Tabla 5 *Frecuencia con que almuerza fuera de su casa* ..... 35

Tabla 6 *Valor que paga por el almuerzo* ..... 36

Tabla 7 *Comida preferida para el almuerzo* ..... 37

Tabla 8 *Gusto porque en la ciudad exista un restaurante tipo buffet* ..... 38

Tabla 9 *Sitio ideal para el funcionamiento del restaurante* ..... 39

Tabla 10 *Publicidad ideal para promocionar el restaurante* ..... 40

Tabla 11 *Proyección de demanda* ..... 42

Tabla 12 *Proyección de precio* ..... 42

Tabla 13 *Maquinaria y equipo* ..... 46

Tabla 14 *Equipo de cómputo y comunicación* ..... 46

Tabla 15 *Muebles y enseres* ..... 47

Tabla 16 *Gastos de Personal* ..... 44

Tabla 17 *Junta directiva* ..... 47

Tabla 18 *Gerente* ..... 48

Tabla 19 *Contador público* ..... 48

Tabla 20 *Cheff* ..... 49

Tabla 21 *Auxiliar de cocina* ..... 50

Tabla 22 *Cajero* ..... 51

Tabla 23 *Mesero*.....52

Tabla 24 *Servicios generales*.....53

Tabla 25 *Inversión*.....62

Tabla 26 *Inversión diferida*.....62

Tabla 27 *Ingresos por ventas*.....63

Tabla 28 *Gastos de Personal proyectado*.....63

Tabla 29 *Gastos generales mensuales*.....54

Tabla 30 *Gastos generales proyectados*.....54

Tabla 31 *Depreciación*.....55

Tabla 32 *Estado de resultados*.....58

## Lista de figuras

Figura 1 *Genero del encuestado*.....31

Figura 2 *Rango de edad* .....32

Figura 3 *Situación laboral actual* .....33

Figura 4 *Estrato socioeconómico* .....34

Figura 5 *Frecuencia con que almuerza fuera de su casa*.....35

Figura 6 *Valor que paga por el almuerzo* .....36

Figura 7 *Comida preferida para el almuerzo*.....37

Figura 8 *Gusto porque en la ciudad exista un restaurante tipo buffet*.....38

Figura 9 *Sitio ideal para el funcionamiento del restaurante*.....39

Figura 10 *Publicidad ideal para promocionar el restaurante* .....40

Figura 11 *Canal de distribución*.....43

Figura 12 *Logo* .....43

Figura 13 *Flujograma* .....45

Figura 14 *Organigrama* .....46

## Lista de apéndices

Apéndice A. Encuesta dirigida a los habitantes mayores de 18 años en la ciudad de Ocaña .....72

## Resumen

Está demostrado que la comida buffet ofrece flexibilidad, siendo agradable y funcional para cualquier cliente obteniendo como resultado grandes sensaciones durante y al final de la comida para eventos complementando con una serie de experiencias y sobre todo una gastronomía amplia en el país. En la presente investigación se realizó para verificar la factibilidad para la creación de un restaurante tipo buffet en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, donde se empleó la investigación descriptivita, con la población de personas mayores de 18 años a las que se les aplico la formula estadística finita, dando con resultado 382 personas a las que se les aplico una encuesta la cual fue presentada de forma cuantitativa y cualitativamente

Teniendo en cuenta lo anterior en la presente investigación se desarrollaron objetivos específicos como el establecimiento de la demanda, oferta, precio, canal de distribución, publicidad y promoción, por medio del estudio de mercados, la identificación de la localización, tamaño, flujograma de procesos, requerimientos físicos y humanos que requiere el restaurante tipo buffet, para su adecuado funcionamiento.

Establecer la misión, visión, políticas, valores corporativos, objetivos, organigrama, manuela de funciones, reglamento interno de trabajo y aspectos legales, mostrar los ingresos, gastos, balance y estado de resultados, al igual que calcular el valor presente neto, valor actual neto, tasa interna de retorno y razón costo beneficio que permiten determinar la viabilidad o no del proyecto restaurante tipo buffet.

# Introducción

En el municipio de Ocaña, Norte de Santander, existen cientos de restaurantes de comida rápida, comida ejecutiva, entre otros estilos, sin embargo, la mayoría, por no decir todos, utilizan el mismo modelo de atención al usuario, el cual, por medio de un mesero, se realiza la orden del plato que se desea consumir, no existe, ningún restaurante en la ciudad que le ofrezca a los consumidores una alternativa diferente, un nuevo modelo, que les permita a ellos escoger que tipo de comida y que cantidad desean consumir en el instante.

Teniendo en cuenta lo anterior se muestra en el primero capítulo el problema, justificación, objetivos propuestos y delimitación del tema, de igual forma en el segundo apartado se encuentra la historia, concepto, contexto, teorías y normatividad relacionada con el tema investigado.

Por último, el desarrollo de cada uno de los objetivos específicos que llevo a conclusiones y recomendaciones relacionadas con el tema que permitió verificar la viabilidad de crear el restaurante tipo buffet en la ciudad de Ocaña.

# Capítulo 1. Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante tipo buffet en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

## 1.1 Planteamiento del problema

El concepto moderno de buffet se desarrolló en Francia en el siglo XVII. El término original se refiere a la mesa auxiliar, cubierta con ricos textiles, en la que se exponían las viandas en lujosos platos y fuentes (Grupo Crisol Equipamento Hostelero, 2010).

Un buffet es, sin duda alguna, un imán de atracción para los clientes. De forma imperceptible, esta alternativa se ha ido convirtiendo en tendencia y ahora está en pleno auge. Para muchos comensales, es un sueño hecho realidad y por eso esta modalidad ha alcanzado un gran éxito. La competencia se ha vuelto feroz. El buffet comenzó con el clásico desayuno en los hoteles. Ahora se ha extendido a las tres comidas y a todo tipo de ofertas. Esta tendencia tiene su explicación en que un buffet es la alternativa ideal para todo el mundo. Para el cliente representa una magnífica opción de comer hasta saciarse, a un buen precio. Para los restaurantes es una oportunidad muy rentable y funcional (García, 2017).

En el municipio de Ocaña, Norte de Santander, existen cientos de restaurantes de comida rápida, comida ejecutiva, entre otros estilos, sin embargo, la mayoría, por no decir todos, utilizan el mismo modelo de atención al usuario, el cual, por medio de un mesero, se realiza la orden del plato que se desea consumir, no existe, ningún restaurante en la ciudad que le ofrezca a los consumidores una alternativa diferente, un nuevo modelo, que les permita a ellos escoger que

tipo de comida y que cantidad desean consumir en el instante.

Por lo anterior, se hace necesario realizar la presente investigación, para determinar la factibilidad de crear un restaurante tipo buffet en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

## 1.2 Formulación del problema

¿Cuál es la factibilidad para la creación de un restaurante tipo buffet en la ciudad de Ocaña, norte de Santander?

## 1.3 Objetivos

### *1.3.1 General*

Evaluar la factibilidad para la creación de un restaurante tipo buffet en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

### *1.3.2 Específicos*

Definir la demanda, oferta, precio, canal de distribución, publicidad y promoción, por medio del estudio de mercados

Identificar la localización, tamaño, flujograma de procesos, requerimientos físicos y

humanos que requiere el restaurante tipo buffet, para su adecuado funcionamiento

Establecer la misión, visión, políticas, valores corporativos, objetivos, organigrama, manuela de funciones, reglamento interno de trabajo y aspectos legales para el restaurante tipo buffet a través de un estudio administrativo y legal

Proponer el estudio financiero donde se muestra los ingresos, gastos, balance y estado de resultados de la puesta en marcha del restaurante

Calcular el estudio económico donde se muestres indicadores como son el valor presente neto, valor actual neto, tasa interna de retorno y razón costo beneficio que permiten determinar la viabilidad o no del proyecto restaurante tipo buffet

Analizar en impacto social y ambiental del restaurante tipo buffet elaborando un estudio socio-ambiental.

## 1.4 Justificación

En la actualidad las ciudades metropolitanas del país cuentan con líneas de restaurantes especiales, tipo buffet, las cuales han tenido una demanda muy grande, impulsando la economía del entorno en que hay operan y privilegiando la individualidad del consumidor, permitiéndole elegir un menú a su gusto.

En los restaurantes tipo buffet, se suele presentar variedad de alimentos, para que el comensal escoja a la hora de servirse. Esta es una gran ventaja, teniendo en cuenta que tiene la posibilidad de incluir alimentos que estén en su dieta alimenticia.

Por lo anterior, los grandes beneficiados con un restaurante tipo buffet son los consumidores, quienes tendrían la oportunidad de probar una oferta nueva y diferente a la hora de consumir alimentos.

Dada las ventajas que ofrece este tipo de restaurantes, motiva a los investigadores a realizar el presente trabajo, para determinar su viabilidad, ya que, en la ciudad de Ocaña, actualmente no existe ningún restaurante tipo buffet, y sería una opción para la población. Además de lo anterior los investigadores tendrán la oportunidad de realizar un ejercicio académico que les permitirá determinar la viabilidad del proyecto, al igual que poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la formación profesional.

## 1.5 Delimitaciones

### *1.5.1 Operativa*

El desarrollo de la investigación no se presentaron dificultades en cuanto a la recolección de la información primaria, por lo que no fue necesario recurrirá al director del trabajo para buscar alternativas de solución.

### *1.5.2 Conceptual*

Para el desarrollo de la investigación fue necesario conocer el significado de los siguientes términos; estudio de mercados, estudio técnico, estudio administrativo y legal, estudio financiero, estudio económico, estudio social y ambiental

### *1.5.3 Temporal*

La investigación se llevó a cabo, en un tiempo aproximado de ocho (8) semanas.

### *1.5.4 Geográfica*

La investigación se desarrolló en la cuidad de Ocaña, Norte de Santander.

# Capítulo 2. Marco Referencial

## 2.1 Marco histórico

### *2.1.1 Antecedentes de los restaurantes tipo buffet a nivel internacional*

Según la leyenda, fue en Boulanger quien, en su establecimiento de la Rue Des Poulies de París, a pesar de un modesto servicio, ofrecía la posibilidad de comer en mesas individuales, una carta con cierta variedad y estacionalidad de platos, así como almuerzos y cenas

Si Boulanger fue el pionero en el servicio de restauración, años más tarde Antoine Beauvilliers, conde de Provenza, abrió su propio restaurante y estableció los estándares del arte culinario en su libro “Lart du Cuisinière” y Jean Anthelme Brillat-Savarin, que visitó el restaurante Beauvilliers, destacaría los cuatro requisitos principales de la empresa: ambiente elegante, servicio amable, cocina de primera y excelente bodega (Abades triana, 2022).

El restaurante más antiguo fue fundado, según Larousse Gastronomique, en 1782 en la calle Richelieu de París con el nombre de The Grand Tavern of London. De esa época es Procope, un lugar que nació como cafetería y rápidamente se convirtió en restaurante. Desgraciadamente sus platos no deslumbran, pero es importante conocer este lugar de Saint Germain (Vásquez, 2019).

En Buenos Aires, mi ciudad, el primer buen restaurante que sirvió platos clásicos fue el Grill del Hotel Plaza. Ahora convive con locales étnicos, restaurantes de diseño, bistrós experimentales con técnicas de cocina molecular, bodegones tradicionales con un toque italo-español, identidad argentina y restaurantes cerrados, inspirados en los que aparecieron hace unos años en Cuba (Vásquez, 2019).

Los buffets son una forma popular de servicio de comida que se originó en Suecia en el siglo XVIII. Posteriormente en Estados Unidos, los buffets cobraron importancia en la década de 1950 y se convirtieron en una forma popular de servicio de comida en restaurantes, hoteles y eventos. Ofreciendo una amplia selección de comida a un precio fijo, lo que los hace atractivos para los clientes que quieren probar diferentes platos y ahorrar dinero. Hoy en día, este tipo de distribución de comidas ha crecido en todo el mundo y se pueden encontrar en una variedad de lugares, desde restaurantes de comida rápida hasta cruceros de lujo (Rey, 2022).

### *2.1.2 Antecedentes de los restaurantes tipo Buffet a nivel nacional*

Según Arozarena (2023), los comerciantes de la época aprovecharon esta situación para crear establecimientos especializados en la venta de alimentos y bebidas. En Egipto, durante el mismo período, existían posadas donde se ofrecía alojamiento y comida a los viajeros que se alojaban con sus caravanas (muchos de ellos procedentes del Sahara o del Sahel).

La evolución de los restaurantes se observa en productos, servicios y equipamientos. Restaurantes y especialidades temáticas, vegetarianas, orgánicas y macrobióticas se pueden

apreciar en productos y servicios; velocidad, personalización y especialización. Ahora la gente acude a los restaurantes por diversos motivos, incluso parece que los motivos para comer fuera de casa han ido más allá de simples motivos funcionales, para situarse en motivos hedonistas: celebraciones sociales, reuniones profesionales, confort personal, gastronomía, etc (Arozarena, 2023).

La necesidad de alimentación y consumo de bebidas alcohólicas y no alcohólicas es cada vez mayor, por lo que la tendencia es ampliar los establecimientos y servicios gastronómicos con el objetivo de desarrollar técnicas para brindar el mejor servicio.

Los restaurantes en Colombia iniciaron con ‘La puerta falsa’, nombre que se le dio en honor a las puertas falsas del costado norte de la Catedral Primada de Colombia, donde se abrió como un pequeño negocio de aguapanela el 16 de julio de 1816 en la colonial Santafé de Bogotá, a pocos metros de la Plaza Mayor (hoy Plaza de Bolívar) (Murillo, 2023).

En cuanto a los buffet, su nombre hace referencia a un aparador o mesa auxiliar cubierta con extraordinarios manteles, sobre los cuales se disponían una variedad de delicias en lujosos platos y fuentes. Se destaca por su variedad y colorido en sus presentaciones y es una excelente opción para organizar una reunión grande, ya que facilita atender a muchas personas al mismo tiempo, y además no requiere personal que lleve la comida a las mesas (Kovacs, 2022).

### *2.1.3 Antecedentes de los restaurantes tipo Buffet a nivel local*

Según autores como Clavijo (2016), “Gastronomía Ocaña es una arepa a base de maíz, una un plato típico regional acompañado de queso, aguacate, huevos revueltos, mantequilla, etc. De otra parte, los tamales, es la comida especialmente preparada para las vacaciones de Navidad; se puede hacer con arroz o masa y relleno de carne de cerdo o pollo, huevos, nueces, guisantes, zanahorias, patatas picadas y hierbas y más envuelto en bijao o hojas de plátano y atado con cuerda de fique o fibra o con ganchos de casquillo banana.

Barbatusca. Este plato se prepara con flores, se recogen, se les quitan los pétalos y luego se cuecen, se meten en el agua del macerado y se dejan fermentar hasta tres días, luego se retira y se pica úsalos en la preparación de tortillas, agrega ingredientes según el gusto como carne, huevos, pescado, pollo y especias como chalotas, ajo y tomates; aparte de eso en la elaboración de dulces enlatados.

El pan es un producto identificativo región y es un elemento básico en la tabla ocañera, caracterizada por su color y textura blanca, suave, el ingrediente principal es la harina de trigo, este es un producto que se utiliza como souvenir cuando los ocañeros viajan a otras tierras; es muy buscado por su inigualable sabor y conservación de sus características en el tiempo (Clavijo, 2016).

## 2.2 Marco conceptual

El estudio de mercado es un conjunto de acciones que se desarrollan con la finalidad de conocer la respuesta del mercado, proveedores, competencia respecto a un producto o servicio. Además, permite analizar aspectos esenciales como el precio de los productos o el modo de comunicación y distribución de los mismos. Por lo tanto, la realización de este tipo de estudios es muy importante para el desarrollo de un producto o servicio, ya que en él se especifican atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea (Moncayo, 2021).

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita. De otra parte, también determina el tamaño óptimo de la planta, la localización, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal (Guzman, 2018).

El estudio administrativo y legal de un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa (López, 2021).

Según Quispe (2017) considera que el análisis financiero y económico influye significativamente en la efectividad de la toma de decisiones estratégicas de las empresas. De otra parte, se considera que los presupuestos influyen en la optimización de la gestión financiera y económica. En cambio, Irrazabal (2018) considera que el análisis de los estados financieros es de gran ayuda en la toma de mejores decisiones sobre activos, pasivos, patrimonio; ingresos, costos y gastos empresariales (Quispe, 2017).

El estudio económico contempla la viabilidad económica y el impacto que tendrá el proyecto en el ámbito financiero, tanto individual como empresarial. En este tipo de evaluación económica figura de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario, en resultado a la investigación y análisis efectuado de los factores que lo conforman, así pues, cualquier ente comercial puede y debe, más allá de investigar qué es un estudio económico, aplicarlo como estrategia de análisis financiero antes y durante sus actividades económicas (Euroinnova, 2020).

Los estudios de impacto ambiental son instrumentos necesarios para que las empresas accedan a las licencias y permisos de uso y explotación de recursos naturales, en consonancia son las directrices de la Ley 99 de 1993, a partir de la cual se modificaron los arreglos institucionales en materia de gestión ambiental en Colombia. Es común que estos estudios realicen la división de lo que se considera el medio ambiente entre “componentes” físico, biótico y social (Múñoz, 2019).

## 2.3 Marco teórico

### *2.3.1 Teoría de la oferta y demanda*

La oferta y la demanda son las fuerzas que hacen funcionar una economía de mercado o capitalista. La oferta y la demanda determinan la cantidad de un bien que se produce y su precio de venta (Maurice, 2020).

Los precios coordinan las decisiones de productores y consumidores en el mercado. Los precios bajos estimulan el consumo y desalientan la producción, mientras que los precios altos tienden a reducir el consumo y estimular la producción. Los precios actúan como un mecanismo de equilibrio del mercado. Al fijar los precios de todos los bienes, el mercado asegura la coordinación de compradores y vendedores y, por tanto, asegura la viabilidad del sistema de economía de mercado (Villavicencio, 2021)

### *2.3.2 Teoría de los precios*

El precio es la parte del marketing mix que genera ingresos; otros incurren en costos. El precio es también uno de los elementos más flexibles a diferencia de las características del producto y los compromisos del canal, se puede cambiar rápidamente (Leal, 2021).

Tradicionalmente el precio ha operado como principal determinante de la decisión de compra. Esto sigue siendo válido en los países más pobres, entre los grupos más pobres y en el caso de productos básicos uniformes Aunque factores distintos del precio se han vuelto más

importantes para la conducta del comprador en las últimas décadas, el precio sigue siendo uno de los elementos más importantes que determinan la participación de mercado y la rentabilidad de una empresa (Medina, 2021)

## 2.4 Marco legal

### *2.4.1 Constitución Política Colombiana*

**Artículo 14.** Toda persona tiene derecho al reconocimiento de su personalidad jurídica (República de Colombia, 2019).

### *2.4.2 Ley 19 de 1979*

Por la cual se dictan Medidas Sanitarias. Buenas prácticas de manufactura: Son los principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte y distribución de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los productos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan los riesgos inherentes a la producción (República de Colombia, 2021).

### *2.4.3 Código de Comercio*

**Artículo 19.** Es obligación de todo comerciante:
Matricularse en el registro mercantil; inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad; levar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales; conservar, con arreglo a la ley, la

correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades (Congreso de Colombia, 2021).

### *2.4.4 Decreto 3075 de 1997*

"**INVIMA**" manejo de alimentos. La salud es un bien de interés público. En consecuencia, las disposiciones contenidas en el presente Decreto son de orden público, regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos (República de Colombia, 2021).

### *2.4.5 Decreto 1500 del 2007*

Por el cual se establece el reglamento técnico a través del cual se crea el Sistema Oficial de Inspección, Vigilancia y Control de la Carne, Productos Cárnicos Comestibles y Derivados Cárnicos Destinados para el Consumo Humano y los requisitos sanitarios y de inocuidad que se deben cumplir en su producción primaria, beneficio, desposte, desprese, procesamiento, almacenamiento, transporte, comercialización, expendio, importación o exportación (República de Colombia, 2021).

### *2.4.6 Resolución 2674 del 2013*

En ejercicio de sus atribuciones legales, en especial, de las conferidas en la Ley 09 de 1979, el artículo 2 del Decreto Ley 4107 de 2011 y el artículo 126 del Decreto Ley 019 de 2012.

# Capítulo 3. Diseño metodológico

## 3.1 Tipo de investigación

La investigación que se aplicó fue descriptiva, ya que se buscó especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analizó, describiendo tendencias de un grupo o población (Hernandez, 2021).

## 3.2 Población

La población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2020).

Por lo anterior, la población que fue analizada, corresponde a las personas mayores de 18 años, ya que están en edad productiva, que de acuerdo al Plan de Desarrollo del Municipio de Ocaña 2016 – 2022, es de 65.369 (Municipio de Ocaña, 2016 - 2019, págs. 56-57).

## 3.3 Muestra

La muestra es un subgrupo de la población establecida para la investigación. Teniendo en cuenta que se conoce con exactitud el número de la población, pero por ser extensa y de difícil manejo, se aplicó la fórmula estadística para poblaciones finitas.

$$N = \frac{Z^2 * N * p * q}{(N-1 * e^{2)} + (Z^2 * p * q)}$$

Donde:

n = muestra

N = 65.369

Zc = indicador de confianza = 95% = 1,96

p = proporción de aceptación = 50% = 0,5

q = proporción de rechazo = 50% = 0,5

E = Error = 5% = 0,05

Entonces,

$$n = \frac{(1.96)^2 * 65.369 * 0.5 * 0.5}{(65.369-1 * 0.05^{2)} + (1.96^2 * 0.5 * 0.5)}$$

n = 382

La muestra estuvo conformada por 382 personas adultas.

### 3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de la información

Para la recolección de la información, se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario, el cual fue aplicado a la muestra seleccionada en forma aleatoria.

### 3.5 Procesamiento y análisis de la información

Una vez se obtengan los resultados de las encuestas, se tabularon cuantitativamente mediante tablas y figuras y cualitativamente, explicando los resultados obtenidos.

# Capítulo 4. Presentación de resultados

## 4.1 Demanda, oferta, precio, canal de distribución, publicidad y promoción, por medio del estudio de mercados

Según Silva (2023), la investigación de mercado es un conjunto de actividades de organizaciones empresariales destinadas a obtener información sobre el estado actual de un determinado segmento de los compradores, teniendo por objeto verificar las necesidades, conocer los precios, determinar el sector, tomas adecuadas decisiones, conocer las debilidades y fortalezas e implementar estrategias de marketing adecuadas.

Con el fin de evaluar la factibilidad para la creación de un restaurante tipo buffet en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, se aplicó a las 382 personas adultas una encuesta elaborada por medio de un cuestionario de preguntas sencilla y fácil interpretación, exponiendo a continuación los resultados.

**Tabla 1**

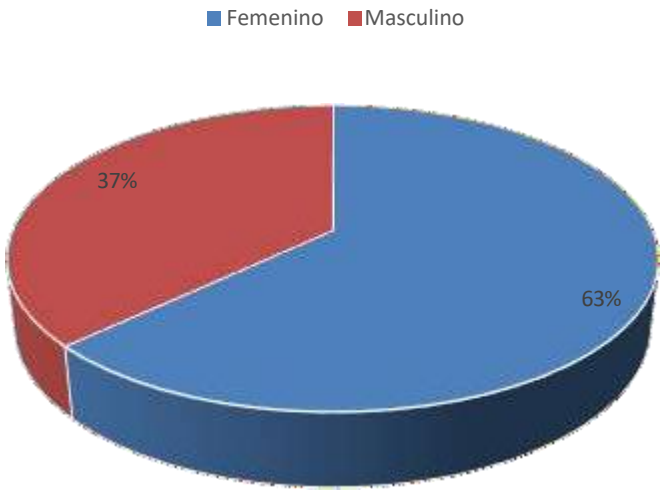
*Genero del encuestado*

| CONCEPTO | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Femenino | 239 | 63% |
| Masculino | 143 | 37% |
| TOTAL | 382 | 100% |

*Nota.* Datos tomados de la encuesta aplicada

**Figura 1**

*Genero del encuestado*




*Nota.* La figura muestra el género de los encuestados. (2024)

Al aplicar la encuesta a las 382 personas adultas, se pudo evidenciar que 63% de las mismas pertenecen al género femenino es decir personas que deciden por la alimentación en sus hogares y el 37% son masculinos, padres de familia que proveen lo necesario para el bienestar de sus hogares.

**Tabla 2**

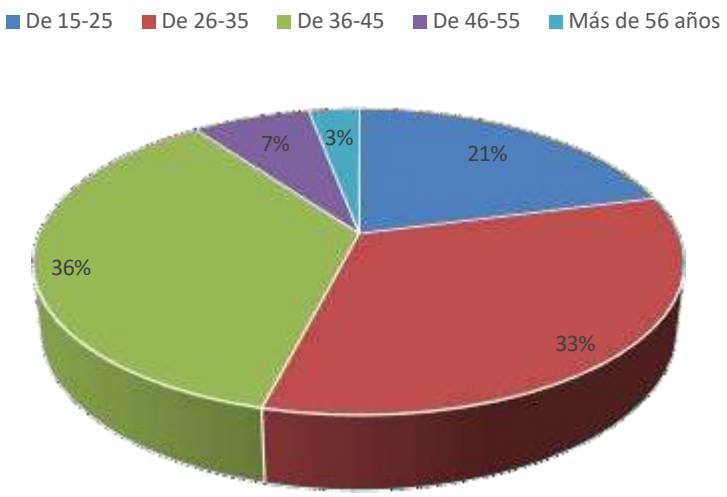
*Rango de edad*

| CONCEPTO | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| De 15-25 | 81 | 21% |
| De 26-35 | 125 | 33% |
| De 36-45 | 137 | 36% |
| De 46-55 | 26 | 7% |
| Más de 56 años | 13 | 3% |
| TOTAL | 382 | 100% |

*Nota.* Datos tomados de la encuesta aplicada

**Figura 2**

*Rango de edad*




*Nota.* La figura muestra el rango de edad. (2024)

El rango de edad de las personas encuestadas en el 36% estan de 36 a 45 años, mientras que el 33% de 26 a 35 años y el 21% de 15 a 25 años, con lo que se evidencia que los habitantes cuestionados poseen poder adquisitivo a la hora de decidir por la alimentación en sus hogares, lo cual es fundamental para el desarrollo de la presente investigación.

**Tabla 3**

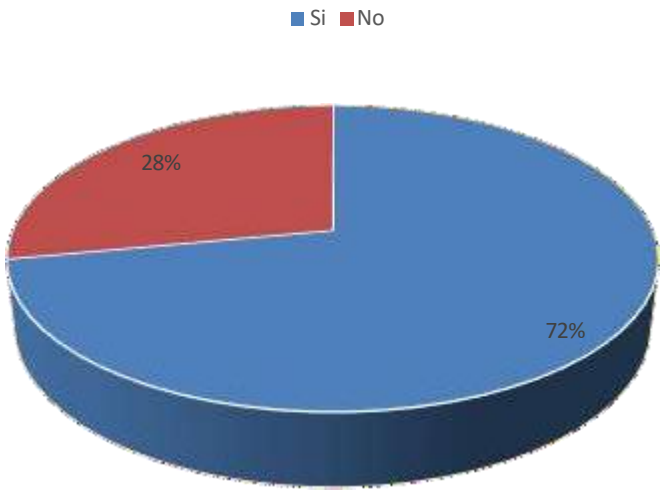
*Situación laboral actual*

| CONCEPTO | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Si | 274 | 72% |
| No | 108 | 28% |
| TOTAL | 382 | 100% |

*Nota.* Datos tomados de la encuesta aplicada

**Figura 3**

*Situación laboral actual*




*Nota.* La figura muestra la situación laboral actual. (2024)

En cuanto a la situación laboral actual de los encuestados se debe decir que el 72% se encuentran laborando, manifestando que se ven obligados a adquirir los alimentos ya preparados por la falta de tiempo para su elaboración, mientras que el 28% dicen no estar trabajando, pero en el hogar existen miembros que aportan dinero para los gastos.

**Tabla 4**

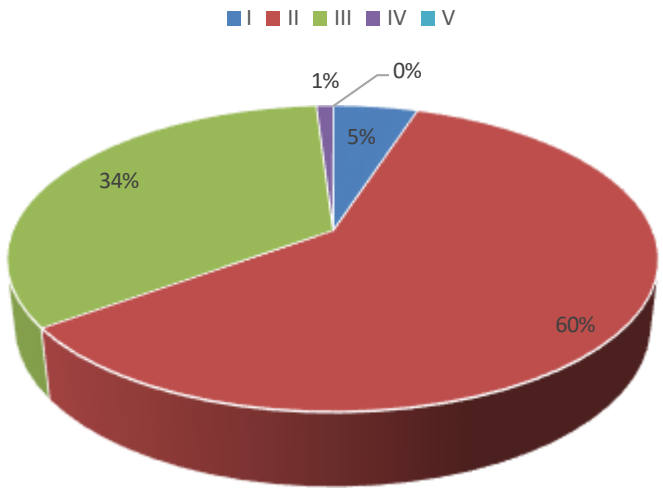
*Estrato socioeconómico*

| CONCEPTO | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| I | 18 | 5% |
| II | 231 | 60% |
| III | 128 | 34% |
| IV | 5 | 1% |
| V | 0 | 0% |
| TOTAL | 382 | 100% |

*Nota.* Datos tomados de la encuesta aplicada

**Figura 4**

*Estrato socioeconómico*




*Nota.* La figura muestra el estrato socioeconómico. (2024)

El 60% de los encuestados manifiestan pertenecer al estrato dos, siendo el más común en la ciudad de Ocaña ya que las condiciones de la vivienda en la que habita el grupo familiar y el entorno o zona donde se encuentra, determinan su condición económica, mientras que el 34% pertenecen al tres, siendo los porcentajes más representativos para la investigación, ya que el estrato uno y cuatro se encuentran en el porcentaje de 1 y 5%.

Con lo anterior se puede decir que el poder adquisitivo de los habitantes de la ciudad de Ocaña es bajo, ya que la mayoría pertenecen al estrato socio económico II y los estratos V y IV, no pertenecen gran cantidad de habitantes.

**Tabla 5**

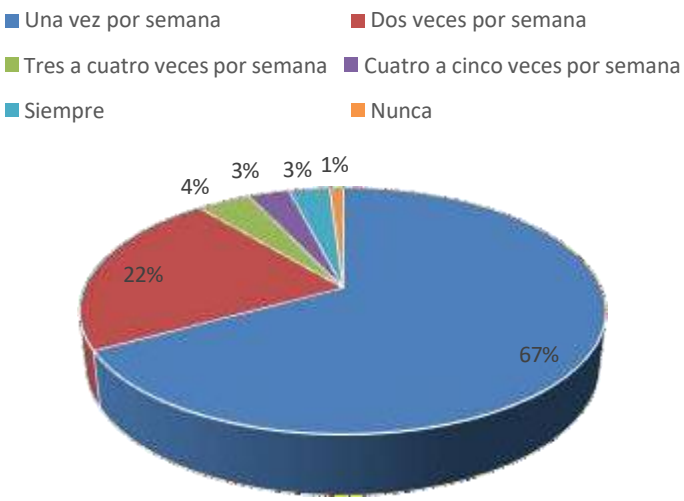
*Frecuencia con que almuerza fuera de su casa*

| CONCEPTO | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Una vez por semana | 255 | 67% |
| Dos veces por semana | 83 | 22% |
| Tres a cuatro veces por semana | 15 | 4% |
| Cuatro a cinco veces por semana | 13 | 3% |
| Siempre | 11 | 3% |
| Nunca | 5 | 1% |
| TOTAL | 382 | 100% |

*Nota.* Datos tomados de la encuesta aplicada

**Figura 5**

*Frecuencia con que almuerza fuera de su casa*




*Nota.* La figura muestra la frecuencia con que almuerza fuera de su casa. (2024)

Según la encuesta aplicada se debe mencionar que el 67% de las personas encuestadas tienen por costumbre almorzar fuera de su casa por lo menos una vez a la semana, siendo el porcentaje más alto para la investigación, de otra parte, el 22% dicen que visitan restaurantes en

la ciudad dos veces por semana, población con la que se puede trabajar para la puesta en marcha del restaurante en la ciudad de Ocaña.

**Tabla 6**

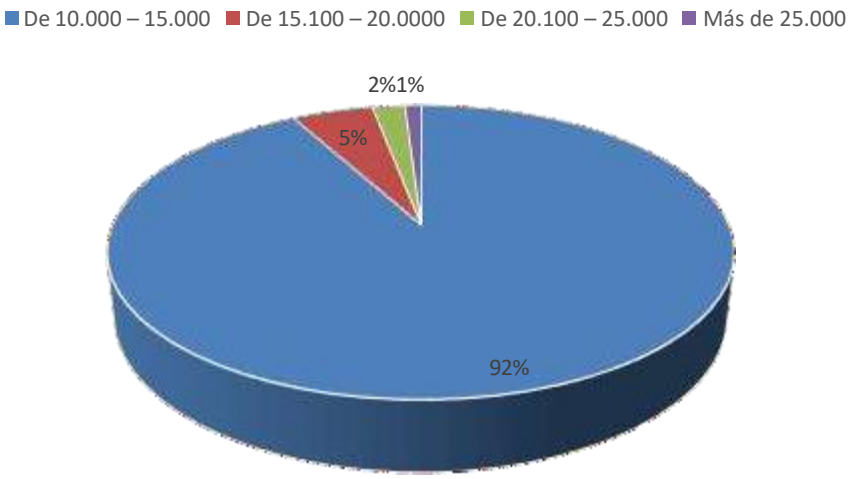
*Valor que paga por el almuerzo*

| CONCEPTO | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| De 10.000 – 15.000 | 351 | 92% |
| De 15.100 – 20.0000 | 18 | 5% |
| De 20.100 – 25.000 | 10 | 2% |
| Más de 25.000 | 3 | 1% |
| TOTAL | 382 | 100% |

*Nota.* Datos tomados de la encuesta aplicada

**Figura 6**

*Valor que paga por el almuerzo*




*Nota.* La figura muestra el valor que paga por el almuerzo. (2024)

El 92% de las personas encuestadas afirman que con frecuencia adquieren el servicio de restaurante una vez a la semana, especialmente los domingos días en que por lo general no se preparan alimentos en la casa con el objetivo, que empleada o ama de casa descanse, de igual

forma el valor que cancelan por cada uno de los almuerzos es de 10.000 a 15.000 pesos, siendo el valor promedio que posee el tipo de comida que solicitan en el restaurante de su preferencia.

**Tabla 7**

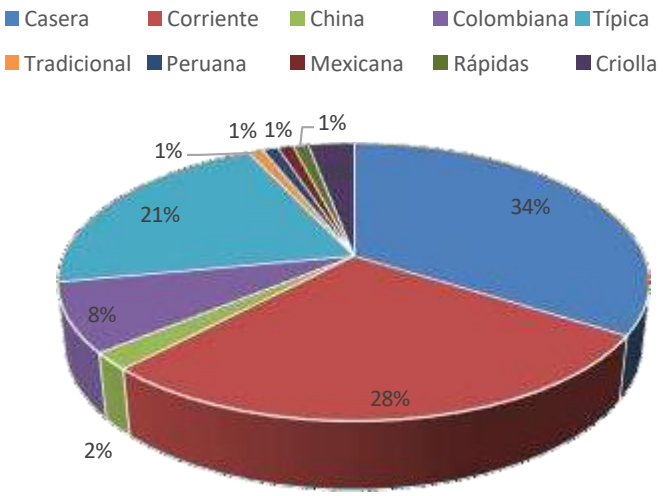
*Comida preferida para el almuerzo*

| CONCEPTO | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Casera | 129 | 34% |
| Corriente | 108 | 28% |
| China | 11 | 2% |
| Colombiana | 31 | 8% |
| Típica | 81 | 21% |
| Tradicional | 1 | 1% |
| Peruana | 4 | 1% |
| Mexicana | 1 | 1% |
| Rápidas | 3 | 1% |
| Criolla | 13 | 3% |
| TOTAL | 382 | 100% |

*Nota.* Datos tomados de la encuesta aplicada

**Figura 7**

*Comida preferida para el almuerzo*




*Nota.* La figura muestra la comida preferida para el almuerzo. (2024)

Según la información suministrada por los encuestados se debe decir que el 34% prefieren la comida casera, que son platos preparados con amor y cuidado en la comodidad del hogar, el 28% la comida corriente que es sencilla y busca reflejar lo que los comensales consumirían en sus hogares y el 21% la típica la comida tradicional, entendida como aquella transmitida de generación en generación, además de ser propia, relevante y significativa para una localidad, familia o persona.

**Tabla 8**

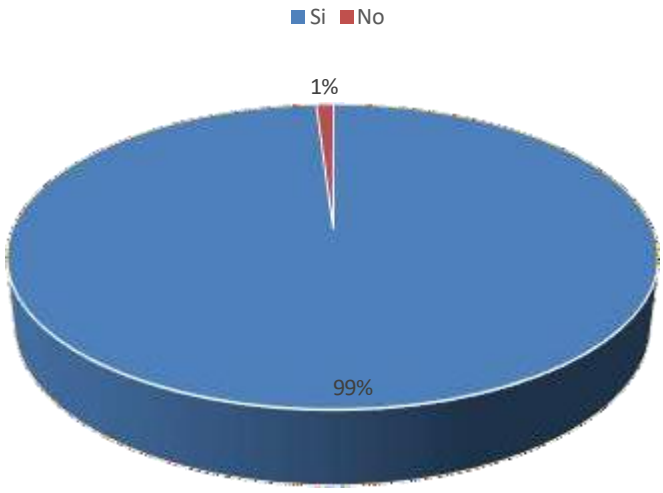
*Gusto porque en la ciudad exista un restaurante tipo buffet*

| CONCEPTO | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Si | 380 | 99% |
| No | 2 | 1% |
| TOTAL | 382 | 100% |

*Nota.* Datos tomados de la encuesta aplicada

**Figura 8**

*Gusto porque en la ciudad exista un restaurante tipo buffet*




*Nota.* La figura muestra el gusto porque en la ciudad exista un restaurante tipo buffet. (2024)

El 99% de las personas encuestadas dicen que les gustaría que en la ciudad de Ocaña exista un restaurante tipo buffet, ya que es novedoso e innovador y una buena alternativa para los comensales y clientes de los restaurantes.

**Tabla 9**

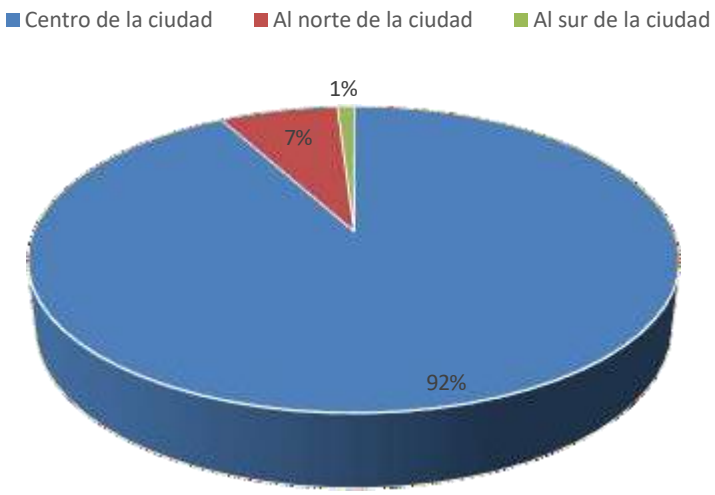
*Sitio ideal para el funcionamiento del restaurante*

| CONCEPTO | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Centro de la ciudad | 351 | 92% |
| Al norte de la ciudad | 28 | 7% |
| Al sur de la ciudad | 3 | 1% |
| TOTAL | 382 | 100% |

*Nota.* Datos tomados de la encuesta aplicada

**Figura 9**

*Sitio ideal para el funcionamiento del restaurante*




*Nota.* La figura muestra el sitio ideal para el funcionamiento del restaurante. (2024)

En cuanto al sitio ideal para el funcionamiento del restaurante se considera que el centro

de la ciudad es ideal, escogido por el 92%, esto porque es una zona de fácil acceso, segura, cómoda y es el eje de todos los barrios de la población de Ocaña, de otra parte, el 7% dicen que el norte de la ciudad y el 1% el sur.

**Tabla 10**

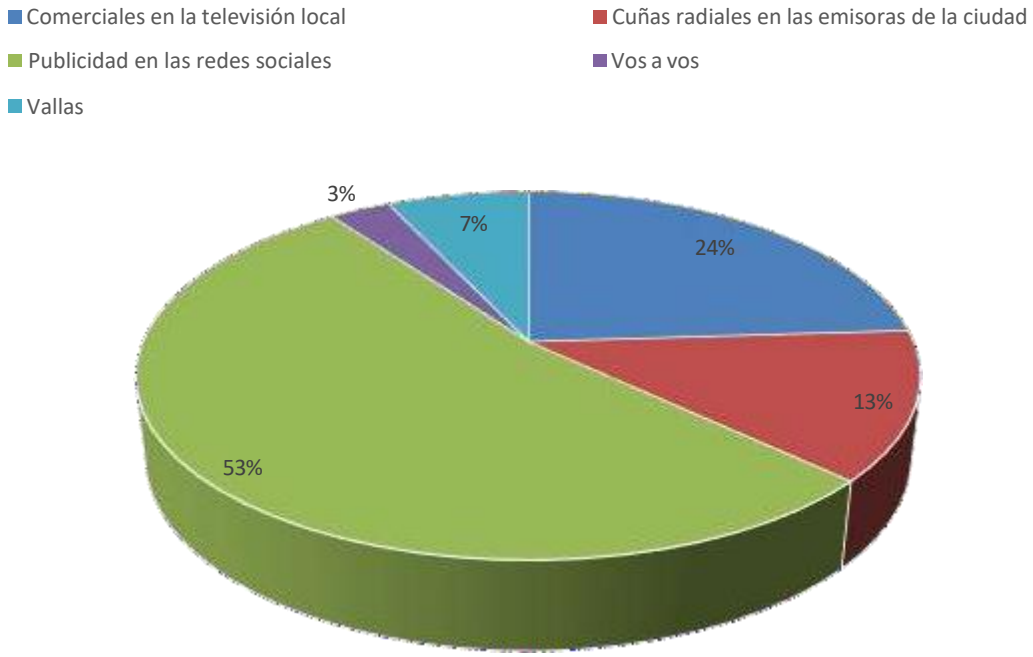
*Publicidad ideal para promocionar el restaurante*

| CONCEPTO | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Comerciales en la televisión local | 92 | 24% |
| Cuñas radiales en las emisoras de la ciudad | 51 | 13% |
| Publicidad en las redes sociales | 201 | 53% |
| Vos a vos | 11 | 3% |
| Vallas | 27 | 7% |
| TOTAL | 382 | 100% |

*Nota.* Datos tomados de la encuesta aplicada

**Figura 10**

*Publicidad ideal para promocionar el restaurante*




*Nota.* La figura muestra la publicidad ideal para promocionar el restaurante. (2024)

La publicidad es la mejor manera de dar a conocer un producto, servicio o negocio, con lo cual se puede fomentar la compra ya que se muestra las características y beneficios del mismo, es por esto que en la ciudad de Ocaña el 53% considera que con los cambios de la tecnología se debe utilizar la publicidad en las redes sociales, considerando que esta es más económica para el emprendimiento, de otra parte, el 24% dicen que se deben utilizar los comerciales en la televisión local los cuales son medios muy vistos por la gran población y el 13% cuñas radiales en las emisoras, siendo dirigidas especialmente a la comunidad residente en la zona rural de Ocaña.

### *4.1.1 Demanda*

En cuanto a la demanda del servicio ofrecido por el restaurante tipo buffet se debe decir que según la encuesta aplicada 380 personas que toman decisiones en sus hogares, está de acuerdo con la creación del negocio, por lo que se proyecta que esta persona vaya al restaurante acompañado de tres miembros más de su familia, de igual forma estas proyecciones tendrían un aumento anual según el índice del IPC del 5%.

Según el Departamento Administrativos Nacional de Estadística (2024), en enero de 2024 la variación anual del IPC fue 8,35%, es decir, 4,90 puntos porcentuales menor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 13,25%.

**Tabla 11**

*Proyección de demanda*

| Demandantes | % de muestra | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 380 | 99% | 1140 | 1197 | 1257 | 1320 | 1386 |

*Nota.* Información de la encuesta aplicada

### *4.1.2 Oferta*

En cuanto a la oferta la empresa está en la capacidad de brindar el servicio a la comunidad en general.

### *4.1.3 Precio*

Según la encuesta aplicada el 92%, están dispuestos a pagar, entre $10.000 y $15.000 pesos.

**Tabla 12**

*Proyección de precio*

| Precio | % de muestra | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| $15.000 | 92% | $15.000 | $15.750 | $16.538 | $17.364 | $18.233 |

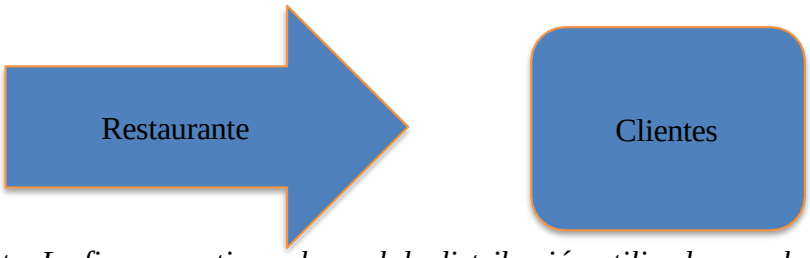
*Nota.* Información de la encuesta aplicada

### *4.1.4 Canal de distribución*

Para el presente proyecto se utilizará el canal directo es decir del restaurante al consumidor final.

**Figura 11**

*Canal de distribución*




*Nota. La figura contiene el canal de distribución utilizado por el restaurante*

### *4.1.5 Logo*

El logo está elaborado con la imagen de un cocinero y tiene la leyenda, “la comida a tu gusto”

**Figura 12**

*Logo*




*Nota.* La figura contiene el logo de la empresa

### *4.1.6 Publicidad y promoción*

Este medio es utilizado para promocionar y dar conocer el servicio ofrecido en el restaurante.

Producto. Comidas tipo buffet.

Precio. Es el valor que se le coloca a un producto para ser vendido al púbico que lo demanda y este será establecido de acuerdo al costo de los ingredientes de cada plato.

Plaza. Es el lugar donde se tiene la posibilidad de vender el producto, para el presente estudio, el lugar escogido fue el centro de la ciudad por su facilidad para acceder al mismo.

Promoción. Se denomina promoción a las estrategias utilizadas para dar a conocer el producto a servicio ofrecido a los clientes, según la encuesta aplicada, se escogió como medio para promocionar el servicio las redes sociales.

## 4.2 Localización, tamaño, flujograma de procesos, requerimientos físicos y humanos que requiere el restaurante tipo buffet, para su adecuado funcionamiento

### *4.2.1 Localización*

**Macro localización.** El restaurante funcionará en el Municipio de Ocaña, Norte de Santander, Colombia.

**Micro localización**. El negocio se ubicará en el centro de la ciudad, siendo este lugar el escogido por el 92% de las personas encuestadas.

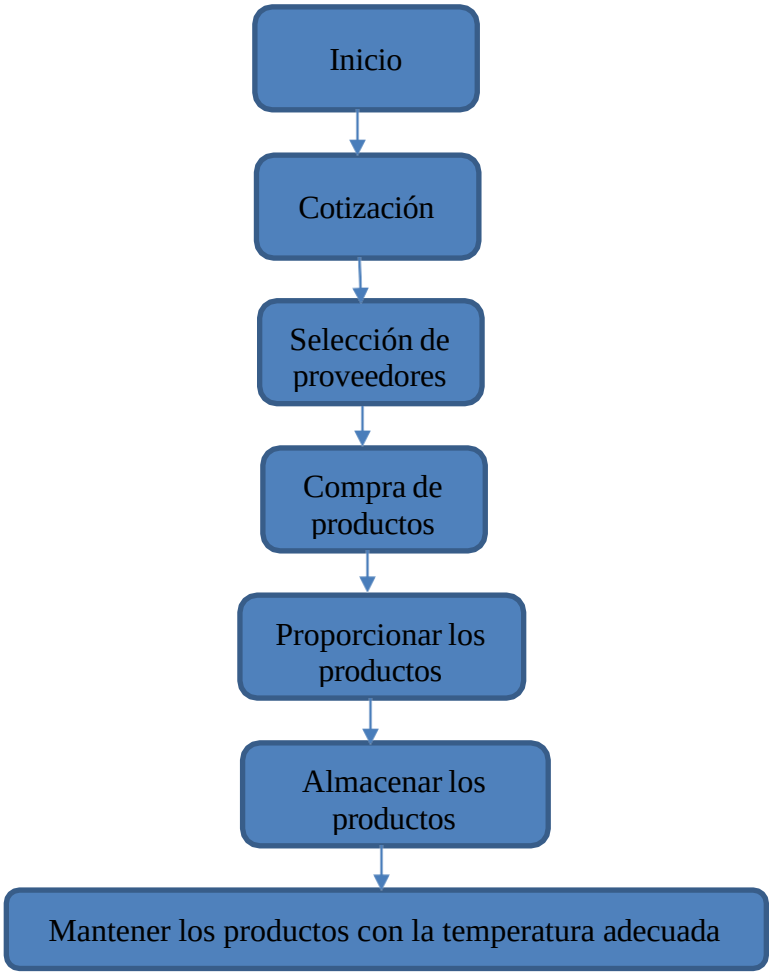
### *4.2.2 Tamaño*

Teniendo en cuenta la demanda de la población de Ocaña y visitantes en general, se proyecta laborar de domingo a domingo en el horario de 8:00AM a 3:00PM.

### *4.2.3 Flujograma de procesos*

**Figura 13**

*Flujograma*



"Continuación" "Figura 13"




*Nota.* La figura muestra el flujograma del proceso en el restaurante

### *4.2.4 Requerimientos físicos*

**Tabla 13**

*Maquinaria y equipo*

| Maquinaria | Precio |
|---|---|
| 1 Cocina industrial | $ 4.000.000 |
| 1 Refrigerador industrial | $ 6.500.000 |
| 1 Barra autoservicio | $ 2.000.000 |
| 1 Campana extractora de aire | $ 2.000.000 |
| 1 Mesa de acero inoxidable | $ 1.000.000 |
| 1 Horno microondas | $ 1.500.000 |
| Vajillas y cubiertos | $10.000.000 |
| **Total** | **$27.000.000** |

*Nota.* La tabla contiene la maquinaria y equipo

**Tabla 14**

*Equipo de cómputo y comunicación*

| Equipo | Cantidad | Precio | Valor total |
|---|---|---|---|
| Computador de escritorio | 1 | $2.000.000 | $2.000.000 |
| Impresora | 1 | $ 500.000 | $ 500.000 |
| Software contable | 1 | $2.500.000 | $2.500.000 |
| Teléfonos | 2 | $ 800.000 | $1.600.000 |
| **Total** | | | **$6.600.000** |

*Nota.* La tabla contiene los equipos de cómputo y comunicación

**Tabla 15**

*Muebles y enseres*

| Mueble | Cantidad | Precio | Valor total |
|---|---|---|---|
| Mesas | 15 | $ 200.000 | $3.000.000 |
| Sillas | 60 | $ 50.000 | $3.000.000 |
| Utensilios | | $2.000.000 | $2.000.000 |
| Manteles | 15 | $ 50.000 | $ 750.000 |
| Punto ecológico | 1 | $ 300.000 | $ 300.000 |
| Botiquín | 1 | $ 200.000 | $ 200.000 |
| Extintores | 1 | $ 200.000 | $ 200.000 |
| **Total** | | | **$9.450.000** |

*Nota.* La tabla contiene los muebles y enseres

**Tabla 16**

*Gastos de Personal*

| **CONCEPTO (MENSUAL)** | **Gerente** | **Cajero** | **Cheff** | **Auxiliar de cocina** | **Mesero** | **Servicios Generales** | **Contador público** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Honorarios | | | | | | | $400.000 |
| Salario | $1.300.000 | $1.300.000 | $1.300.000 | $1.300.000 | $1.300.000 | $1.300.000 | |
| Auxilio de transporte | $ 162.000 | $ 162.000 | $ 162.000 | $ 162.000 | $ 162.000 | $ 162.000 | |
| Salud (8,5%) | $ 110.500 | $ 110.500 | $ 110.500 | $ 110.500 | $ 110.500 | $ 110.500 | |
| Pensión (12%) | $ 156.000 | $ 156.000 | $ 156.000 | $ 156.000 | $ 156.000 | $ 156.000 | |
| Vacaciones (4.17%) | $ 54.210 | $ 54.210 | $ 54.210 | $ 54.210 | $ 54.210 | $ 54.210 | |
| Cesantías (8,33%) | $ 108.290 | $ 108.290 | $ 108.290 | $ 108.290 | $ 108.290 | $ 108.290 | |
| Interese sobre cesantías (12% de cesantías) | $ 12.995 | $ 12.995 | $ 12.995 | $ 12.995 | $ 12.995 | $ 12.995 | |
| Primas (8,33%) | $ 108.290 | $ 108.290 | $ 108.290 | $ 108.290 | $ 108.290 | $ 108.290 | |
| Arl (0,522%) y (1,044%) – I y II Riesgo mínimo y bajo | $ 6.786 | $ 6.786 | $ 13.572 | $ 13.572 | $ 6.786 | $ 6.786 | |
| Dotación 5% | $ 65.000 | $ 65.000 | $ 65.000 | $ 65.000 | $ 65.000 | $ 65.000 | |
| **TOTAL** | **$2.084.071** | **$2.084.071** | **$2.090.857** | **$2.090.857** | **$2.084.071** | **$2.084.071** | **$ 400.000** |

Nota. El contador público se le pagará por honorarios.

## 4.3 Herramientas administrativas como la misión, visión, políticas, valores corporativos, objetivos, estrategias, organigrama, manuela de funciones, reglamento interno de trabajo y aspectos legales para el restaurante tipo buffet a través de un estudio administrativo y legal

### *4.3.1 Misión*

El objetivo del restaurante es satisfacer los gustos gastronómicos de la comunidad ocañera, ofreciendo alimentos criollos y típicos de la región.

### *4.3.2 Visión*

El objetivo de la empresa es ser una entidad destacada en la región por la elaboración de platos típicos y saludables, que aumentan la preferencia de los clientes y así alcanzar una mayor ventaja competitiva en la ciudad.

### *4.3.3 Políticas*

Lavarse las manos antes de entrar a la fila del buffet, no pararse al inicio de la fila para repartir platos a todo el que espera en la fila, la cantidad de comida servida en el plato debe ser moderada, una ración normal y procurar servirse rápido para no dilatar la fila.

### *4.3.4 Valores corporativos*

Principios éticos, las creencias o las características sobre los que se asienta la gestión diaria del restaurante y se basa en ellos para tomar las decisiones.

### *4.3.5 Objetivos*

Lograr que los clientes sean personas de todas las edades.

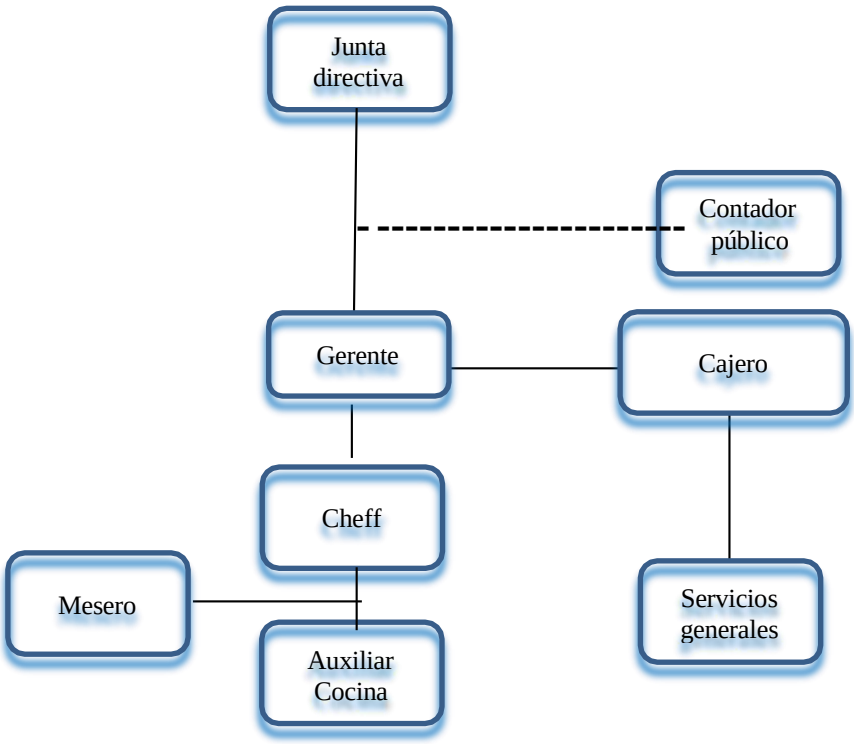
Satisfacer el gusto del cliente y poner a disposición del público las comidas típicas de la región.

Ser reconocido y saber si este puede llegar a tener un posicionamiento en la mente del cliente o consumidor.

### *4.3.6 Organigrama*

**Figura 14**

*Organigrama*




*Nota.* La figura muestra el organigrama de la empresa

### *4.3.7 Manual de funciones*

**Tabla 17**

*Junta directiva*

| **Identificación del cargo** | |
|---|---|
| **Nombre del cargo** | Junta directiva |
| **Dependencia** | No aplica |
| **Reporta a** | No aplica |
| **Requisitos mínimos** | |

**Requisitos de formación**

Nivel. Profesional
Título. No aplica
Ubicación del cargo. Administrativo

**Requisitos de experiencia**

Experiencia. No aplica

**Funciones esenciales**

Delimitar la estrategia para la consecución de los objetivos de la organización según lo dispuesto en los estatutos.

Elaborar el presupuesto, el balance, los libros de cuentas y controlar la ejecución del plan estratégico.

Establecer y controlar los presupuestos necesarios para la ejecución de las acciones estratégicas.

Revisar, analizar y evaluar los resultados económicos de la organización y elaborar las cuentas anuales.

Nombrar o cesar a los miembros que integran la alta dirección de la empresa u otros cargos de alto rango en la organización.

Tomar decisiones sobre la política de dividendos y otros asuntos relacionados con la compensación de ejecutivos.

*Nota*, La tabla contiene las funciones de la Junta Directiva

**Tabla 18**

*Gerente*

| **Identificación del cargo** | |
|---|---|
| **Nombre del cargo** | Gerente |
| **Dependencia** | Área administrativa |
| **Reporta a** | Junta directiva |
| **Requisitos mínimos** | |

**Requisitos de formación**

Nivel. Profesional
Título. Administrador de empresas o ingeniero industrial
Ubicación del cargo. Administrativo

**Requisitos de experiencia**

Experiencia. Un año en cargos administrativos

**Funciones esenciales**

Optimizar el servicio al cliente

Generar un ambiente acorde a la filosofía del restaurante

Gestión de los recursos humanos

Supervisión de labores administrativas y operativas

Funciones estratégicas

*Nota*, La tabla contiene las funciones del gerente

**Tabla 19**

*Contador público*

| **Identificación del cargo** | |
|---|---|
| **Nombre del** | Contador publico |

"Tabla 19" "Continuación"

**Dependencia** Contable
**Reporta a** Gerente general
**Requisitos mínimos**

**Requisitos de formación**

Nivel. Profesional
Título. Contador público
Ubicación del cargo. Contable

**Requisitos de experiencia**

Experiencia. 1 año

**Funciones esenciales**

Procesar los distintos comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos.

Renovar los soportes adecuados para cada caso.

Elaboración de cheques

Manejar los libros contables

*Nota.* La tabla contiene las funciones del Contador Público

**Tabla 20**

*Cheff*

**Identificación del cargo**

**Nombre del cargo** Cheff
**Dependencia** Área administrativa
**Reporta a** Gerente
**Requisitos mínimos**

**Requisitos de formación**

Nivel. Profesional
Título. Cheff
Ubicación del cargo. Área de producción

"Tabla 20" "Continuación"

**Requisitos de experiencia**

Experiencia. 1 año

**Funciones esenciales**

Supervisar y capacitar al personal de cocina y al del restaurante

Monitorear la calidad de los alimentos

Elaborar los menús

Seleccionar los ingredientes

Atender las inquietudes de los clientes

*Nota*, La tabla contiene las funciones del cheff

**Tabla 21**

*Auxiliar de cocina*

**Identificación del cargo**

| | |
|---|---|
| **Nombre del cargo** | Auxiliar de cocina |
| **Dependencia** | Área de producción |
| **Reporta a** | Gerente |
| **Requisitos mínimos** | |

**Requisitos de formación**

Nivel. Profesional o técnico
Título. Técnico o tecnólogo en auxiliar de cocina
Ubicación del cargo. Producción

**Requisitos de experiencia**

Experiencia. 1 año

**Funciones esenciales**

"Tabla 21" "Continuación"

| |
|---|
| Limpiar, pelar y cortar las verduras. |
| Mezclar los ingredientes. |
| Desplumar aves de corral. |
| Picar carne. |
| Desescamar pescado. |
| Mantener limpia la cocina y los utensilios. |
| Colaborar en la conservación de las materias primas y los productos de uso en la cocina.. |

*Nota*. La tabla contiene las funciones del auxiliar de cocina

**Tabla 22**

*Cajero*

| **Identificación del cargo** | |
|---|---|
| **Nombre del cargo** | Cajero |
| **Dependencia** | Administrativa |
| **Reporta a** | Gerente general |
| **Requisitos mínimos** | |
| **Requisitos de formación** | |
| Nivel. Tecnológico o técnico<br>Título. Cajero<br>Ubicación del cargo. Área administrativa | |
| **Requisitos de experiencia** | |
| Experiencia. 6 meses de experiencia. | |
| **Funciones esenciales** | |
| Recibe y entrega cheques, dinero en efectivo, depósitos bancarios y otros documentos de valor. | |

"Tabla 22" "Continuación"

| |
|---|
| Registra directamente operando una computadora o caja los movimientos de entrada y salida de dinero. |
| Realiza arqueos de caja. |
| Suministra a su superior los movimientos diarios de caja. |
| Sellar, estampar recibos de ingresos por caja, planillas y otros documentos. |
| Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la empresa. |
| Realiza cualquier otra tarea a fin que le sea asignada. |
| *Nota*. La tabla contiene las funciones del cajero |

**Tabla 23**

*Mesero*

| **Identificación del cargo** | |
|---|---|
| **Nombre del cargo** | Mesero |
| **Dependencia** | Área operativa |
| **Reporta a** | Gerente general |
| **Requisitos mínimos** | |
| **Requisitos de formación** | |
| Nivel. Tecnológico o técnico<br>Título. Mesero<br>Ubicación del cargo. Área operativa | |
| **Requisitos de experiencia** | |
| Experiencia. 6 meses de experiencia. | |
| **Funciones esenciales** | |
| Organizar su estación de trabajo, lo que incluye su cartera de pedidos o sistema | |

"Tabla 23" "Continuación"

automatizado de toma de órdenes.

Asegurarse de que los platos, los vasos, las copas, los cubiertos y los utensilios que se utilizan para servir agua, pan u otros alimentos o bebidas cuando llegan los clientes al establecimiento estén limpios y en el lugar indicado.

Anticipar las necesidades de los clientes, asegurarse de que estén satisfechos con el servicio y reaccionar rápido y de forma apropiada con respecto a las inquietudes y las quejas que expresen los consumidores.

Conocer bien los elementos del menú.

*Nota*. La tabla contiene las funciones del mesero

**Tabla 24**

*Servicios generales*

**Identificación del cargo**

| | |
|---|---|
| **Nombre del cargo** | Servicios generales |
| **Dependencia** | Administrativa |
| **Reporta a** | Gerente general |
| **Requisitos mínimos** | |

**Requisitos de formación**

Nivel. Servicios generales
Título. Bachiller
Ubicación del cargo. Área administrativa

**Requisitos de experiencia**

Experiencia. 6 meses de experiencia.

**Funciones esenciales**

Conservar el aseo

Mantener los baños y lavamanos limpios

“Tabla 24” “Continuación”

| |
|---|
| Garantizar el buen uso y cuidado de los útiles de aseo |

*Nota*. La tabla contiene las funciones de servicios generales

### *4.3.8 Reglamento interno de trabajo sugerido para el restaurante*

| | |
|---|---|
| Restaurante Bufett<br>La comida a tu gusto | Reglamento interno de trabajo<br>2024<br>Formato 01 |

**CAPITULO I**

**Artículo 1.** El presente reglamento interno de trabajo prescrito para el “Restaurante Bufett, La comida a tu gusto” S.A.S. Domiciliada en el municipio de Ocaña, Norte de Santander, a sus disposiciones quedan sometidos tanto la empresa como todos sus trabajadores.

**CAPITULO II**

**Artículo 2.** Quien aspire a tener un puesto deberá presentar hoja de vida acompañada de los siguientes documentos: Libreta militar y cédula de ciudadanía según el caso. Certificado de su estado de salud. Además, debe presentar pruebas escritas de acuerdo a su cargo y respectiva entrevista.

**Periodo de prueba.**

**Artículo 3.** Todos los contratos de trabajo a término indefinido firmados en el

“Restaurante Bufett, La comida a tu gusto” S.A.S, tienen un periodo de prueba de sesenta (60) días.

**Artículo 4.** El periodo de prueba debe ser el estipulado por escrito.

**Artículo 5.** Durante este período, tanto el “Restaurante Bufett, La comida a tu gusto” S.A.S como la persona pueden tomar la decisión de terminar el contrato sin ninguna justificación y sin reconocer ni el preaviso, ni la indemnización correspondiente.

## CAPITULO III.

**Trabajadores accidentales o transitorios.**

**Artículo 6.** No tienen el carácter de trabajadores, los trabajadores accidentales.

## CAPITULO IV.

**Del horario de trabajo**

**Artículo 7.** La jornada ordinaria de trabajo será de domingo a domingo de 8:00am a 3:00pm.

**Artículo 8.** Quedan exceptuados del anterior horario, los trabajadores que desarrollen actividades continúas.

**Artículo 9.** No habrá limitaciones de jornada para quienes desempeñen cargos directivos de confianza por manejo.

## CAPITULO V.

**Artículo 10.** El trabajo suplementario o de horas extras es el que excede la jornada ordinaria.

## CAPITULO VI.

**Días de trabajo legalmente obligatorios.**

**Artículo 11.** Serán de descanso obligatorio remunerado los domingos y días de fiesta.

**Artículo 12.** El "Restaurante Bufett, La comida a tu gusto" S.A.S, solo remunerará el descanso dominical a trabajadores que hayan prestado sus servicios en todos los días laborales.

**Artículo 13.** Los trabajadores que habitualmente tengan que laborar el día de descanso remunerado, gozaran de un descanso compensatorio.

**Artículo 14.** El descanso compensatorio se dará en otro día laborable de la semana siguiente.

**Vacaciones remuneradas.**

**Artículo 15.** Todo empleado por horas o contrato de salario mensual tiene derecho a

quince (15) días hábiles de vacaciones.

**Artículo 16.** El empleado podrá solicitar sus vacaciones.

**Artículo 17.** El representante legal será el responsable de hacer la programación de vacaciones de todos los empleados.

**Artículo 18.** La programación deberá hacerse anualmente de (enero a diciembre) y revisarse semestralmente (junio) y pasarse al supervisor o en su defecto al director ejecutivo para su aprobación.

**Artículo 19.** Mensualmente antes de las fechas previstas para entrega de informes que afecta la nómina del gerente o administrador deberá pasar el formato de vacaciones.

**Artículo 20.** En ningún caso las vacaciones son acumulables de un año a otro.

**Artículo 21.** Las vacaciones se cuentan de acuerdo con el horario habitual de cada empleado.

**Artículo 22.** La base para el cálculo del pago de vacaciones del personal que trabajara por horas es el promedio mensual de lo devengado en doce (12) meses.

**Artículo 23.** Para el personal con salario mensual se tomará el sueldo que esté devengando en el momento en que sale a disfrutar de sus vacaciones.

**Artículo 24.** En caso de licencia no remunerada se interrumpe para todos los efectos el contrato de trabajo, es decir, no se cuenta con este tiempo para vacaciones.

**Artículo 25.** La enfermedad comprobada mediante la incapacidad de la respectiva EPS, interrumpe las vacaciones.

**Compensaciones y beneficios.**

**Artículo 26.** A los empleados de sueldo fijo se les pagará quincenalmente, los días de pago serán los 15 y 30 de cada mes.

**Artículo 27.** El "Restaurante Bufett, La comida a tu gusto" S.A.S, establecerá un programa para cumplir con una serie de objetivos importantes.

**Artículo 28.** Los ajustes a la remuneración serán a consecuencia de cambios en los promedios normales de salarios en la oferta y la demanda en el mercado laboral.

**Permisos.**

**Artículo 29.** Conceder al trabajador las licencias necesarias para el ejercicio del sufragio.

**Artículo 30.** Todo permiso deberá presentarse previamente por escrito ante el representante legal.

**Artículo 31.** Queda a opción del gerente pagar o no el salario correspondiente al tiempo dejado de trabajar por razón de permisos.

## CAPÍTULO VII.

**Salarios, lugar, horas de paga y periodos que lo regulan.**

**Artículo 32.** El "Restaurante Bufett, La comida a tu gusto" S.A.S se acogerá a las disposiciones legales dictadas sobre el salario mínimo.

**Artículo 33.** La remuneración del trabajo se estipulará por quincena.

**Artículo 34.** El trabajador al firmar las planillas sobre recibidos correspondientes a los salarios devengados, constituye la declaración del empleado de estar a paz y salvo con la entidad.

## CAPITULO VIII.

**Servicios médicos, prescripciones de orden de seguridad, riesgos profesionales y primeros auxilios.**

**Artículo 35.** El "Restaurante Bufett, La comida a tu gusto" S.A.S, mantendrá los servicios médicos en la empresa promotora de salud.

**Artículo 36.** El empleado que sin justa causa se negare a someterse a los exámenes y tratamientos indicados.

**Artículo 37.** En caso de accidente de trabajo, el director ejecutivo ordenará inmediatamente los servicios de un médico.

**Artículo 38.** El "Restaurante Bufett, La comida a tu gusto" S.A.S no responderá por ningún accidente de trabajo que haya sido provocado deliberadamente o por culpa de la víctima.

## CAPITULO IX.

**Prescripciones de orden**

**Artículo 39.** Los trabajadores tienen como deberes los siguientes: Solicitar el carné de identificación como empleado.

## CAPITULO X.

**Obligaciones especiales para el "Restaurante Bufett, La comida a tu gusto" S.A.S y los trabajadores**

**Artículo 40.** Poner a disposición de los trabajadores los instrumentos adecuados para la realización de las labores.

**Artículo 41.** Son obligaciones del trabajador: Realizar personalmente, cuidadosa y eficazmente las labores encomendadas de acuerdo con el manual de funciones de el "Restaurante Bufett, La comida a tu gusto" S.A.S

## CAPITULO XI.

**Prohibiciones especiales para los trabajadores**

**Artículo 42.** Prohibiciones para los trabajadores: Desobediencia y/o desempeño incorrecto de tareas de acuerdo con las políticas de la empresa.

### *4.3.9 Requisitos para la creación del restaurante*

**Aspectos internos de la empresa.** Registro de documento de constitución y carta de aceptación del representante legal y la apertura de una cuenta bancaria en cualquier entidad financiera.

**Aspectos legales.** Registro de libros de comercio y registro de situación de control o grupo empresarial en la cámara de Comercio.

Solicitud del Registro Único Tributario, solicitud del Número de Identificación Tributaria, obtención de la firma digital y asociación al NIT en el Departamento de Impuestos y Aduanas Nacionales.

Licencia sanitaria.

Registro en la Seguridad Social.

## 4.4 Estudio financiero donde se muestra los ingresos, gastos, balance y estado de resultados de la puesta en marcha del restaurante

Las gastos e ingresos se proyectaron al 5%, teniendo en cuenta el Índice de Precio al

Consumidor, del año 2023 en Colombia.

**Inversión**

**Tabla 25**

*Inversión*

| Concepto | Valor total |
|---|---|
| Maquinaria y equipo | $27.000.000 |
| Equipo de cómputo y comunicación | $ 6.600.000 |
| Muebles y enseres | $ 9.450.000 |
| **Total** | **$43.050.000** |

*Nota*. Información sobre el valor de la inversión.

**Inversión diferida**

**Tabla 26**

*Inversión diferida*

| Concepto | Valor total |
|---|---|
| Costo estudio de factibilidad | $ 2.600.000 |
| Publicidad | $ 1.000.000 |
| Adecuación de la planta física | $ 1.500.000 |
| Registro en la cámara de comercio | $ 500.000 |
| Total | **$ 5.600.000** |

*Nota.* Información sobre la inversión requerida para el registro del restaurante

**Ingresos**

**Tabla 27**

*Ingresos por ventas*

| AÑOS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| Clientes | 1140 | 1197 | 1257 | 1320 | 1386 |
| Precio | $15.000 | $15.750 | $16.538 | $17.364 | $18.233 |
| **TOTAL** | **$820.800.000** | **$950.207.328** | **$997.836.768** | **$1.100.183.040** | **$1.213.005.024** |

*Nota.* Información de los ingresos según las ventas proyectadas. Son 1140 personas que asistentes cada semana al restaurante, por lo tanto, esta cantidad se multiplica por 4 veces al mes y 12 meses del año.

**Mano de obra directa**

**Tabla 28**

*Gastos de Personal proyectado*

| CONCEPTO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| Gerente | $25.008.852 | $26.259.295 | $27.572.259 | $28.950.872 | $30.398.415 |
| Cajero | $25.008.852 | $26.259.295 | $27.572.259 | $28.950.872 | $30.398.415 |
| Cheff | $25.090.284 | $26.344.798 | $27.662.038 | $29.045.140 | $30.497.397 |
| Auxiliar de cocina | $25.090.284 | $26.344.798 | $27.662.038 | $29.045.140 | $30.497.397 |
| Mesero | $25.008.852 | $26.259.295 | $27.572.259 | $28.950.872 | $30.398.415 |
| Servicios generales | $25.008.852 | $26.259.295 | $27.572.259 | $28.950.872 | $30.398.415 |
| Asesor contable | $ 4.800.000 | $ 5.040.000 | $ 5.292.000 | $ 5.556.600 | $ 5.834.430 |
| **TOTAL** | **$ 155.015.976** | **$ 156.270.490** | **$ 157.587.730** | **$ 158.970.832** | **$ 160.423.089** |

*Nota***.** La tabla contiene los gastos de personal proyectados

**Tabla 29**

*Gastos generales mensuales*

| Concepto | Mensual |
|---|---|
| Arriendo | $3.000.000 |
| Adecuación | $5.000.000 |
| Acueducto | $ 150.000 |
| Electricidad | $ 150.000 |
| Teléfono | $ 100.000 |
| Internet | $ 200.000 |
| Papelería | $ 200.000 |
| Productos de aseo | $ 200.000 |
| Publicidad | $ 300.000 |
| Mantenimiento | $ 500.000 |
| **Total** | **$9.800.000** |

*Nota.* La tabla contiene los gastos mensuales

**Tabla 30**

*Gastos generales proyectados*

| Concepto | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| Arriendo | $ 36.000.000 | $ 37.800.000 | $39.690.000 | $41.674.500 | $43.758.225 |
| Adecuación | $ 5.000.000 | $0 | $0 | $0 | $0 |
| Acueducto | $ 1.800.000 | $ 1.836.000 | $ 1.872.720 | $ 1.910.174 | $ 1.948.377 |
| Electricidad | $ 1.800.000 | $ 1.836.000 | $ 1.872.720 | $ 1.910.174 | $ 1.948.377 |
| Teléfono | $ 1.200.000 | $ 1.224.000 | $ 1.248.480 | $ 1.273.449 | $ 1.298.918 |
| Internet | $ 2.400.000 | $ 2.448.000 | $ 2.496.960 | $ 2.546.899 | $ 2.597.837 |
| Papelería | $ 2.400.000 | $ 2.448.000 | $ 2.496.960 | $ 2.546.899 | $ 2.597.837 |
| Productos de aseo | $ 2.400.000 | $ 2.448.000 | $ 2.496.960 | $ 2.546.899 | $ 2.597.837 |
| Publicidad | $3.600.000 | $3.780.000 | $3.969.000 | $4.167.450 | $4.375.823 |
| **Total** | **$ 56.600.000** | **$ 53.820.000** | **$ 56.143.800** | **$ 58.576.444** | **$ 61.123.231** |

*Nota.* La tabla contiene los gastos anuales

**Depreciación de activos.** Para depreciación se debe tomar en cuenta la siguiente ecuación

$$valor\ a\ depreciar: \frac{valor\ del\ activo}{vida\ util} :\ depreciacion\ anual$$

**Tabla 31**

*Depreciación*

| Concepto | Valor del activo | Años depreciable | Depreciación año |
|---|---|---|---|
| Maquinaria y equipo | $27.000.000 | 10 | $2.700.000 |
| Muebles y enseres | $ 9.450.000 | 10 | $ 945.000 |
| Equipos de computo | $ 6.600.000 | 5 | $1.320.000 |
| **Total** | | | **$4.965.000** |

*Nota*. Información sobre el gasto por la depreciación en la empresa.

**Balance inicial**

| | | |
|---|---|---|
| **ACTIVO** | | |
| ACTIVO CORRIENTE | | |
| DISPONIBLE | | |
| Caja | | |
| ACTIVO FIJO | | **$43.050.000** |
| PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO | | |
| Maquinaria y equipo | $27.000.000 | |
| Muebles y enseres | $ 9.450.000 | |
| Equipo de comunicación y computación | $ 6.600.000 | |
| | | |
| ACTIVO DIFERIDO | | **$8.400.000** |
| CARGOS DIFERIDOS | | |
| Útiles y papelería | $ 200.000 | |
| Útiles de aseo | $ 200.000 | |
| Publicidad | $ 300.000 | |
| Mantenimiento | $ 500.000 | |
| Imprevistos | $1.000.000 | |
| Diferidos | $5.600.000 | |
| Servicios públicos | $ 600.000 | |

| | | |
|---|---|---|
| **TOTAL ACTIVO** | | **$51.450.000** |
| **PASIVO** | | |
| OBLIGACIONES FINANCIERAS | | |
| Bancos Nacionales | $ 0 | |
| **TOTAL PASIVO** | | **$0** |
| **PATRIMONIO** | | |
| CAPITAL SOCIAL | | |
| Aportes Sociales | $51.450.000 | |
| **TOTAL PATRIMONIO** | | **$51.450.000** |
| **TOTAL PASIVO + PATRIMONIO** | **$51.450.000** | |

**Margen de contribución**

Precio de venta – costos variables

MC = 68.400.000 – 1.800.000 = 66.600.000 mensual

MC = 2.280.000 – 60.000 = 2.220.000 diario

Margen de contribución en porcentaje

$$\frac{\text{MC en pesos}}{\text{Precio de venta}} \times 100$$

$$\text{Mensual} = \frac{66.600.000}{68.400.000} \times 100$$

MC % = 97%

$$\text{Diario} = \frac{2.220.000}{2.280.000} \times 100$$

MC % = 97%

**Punto de equilibrio**

Mensual

$$PE = \frac{\text{costos fijos + gastos de administración}}{\text{Porcentaje margen de contribución}}$$

$$PE = \frac{14.765.000 + 12.917.998}{0{,}97}$$

PE = 1.904 debe vender esta cantidad para estar en punto de equilibrio mensual.

**Estado de resultados o de ganancias y pérdidas.**

**Tabla 32**

***Estado de resultados***

| | **AÑO 1** | **AÑO 2** | **AÑO 3** | **AÑO 4** | **AÑO 5** |
|---|---|---|---|---|---|
| **Ventas netas** | $ 820.800.000 | $ 950.207.328 | $ 997.836.768 | $ 1.100.183.040 | $ 1.213.005.024 |
| **- Costos fijos** | $ 36.000.000 | $ 37.800.000 | $ 39.690.000 | $ 41.674.500 | $ 43.758.225 |
| **-Costos variables** | $ 20.600.000 | $ 21.630.000 | $ 22.711.500 | $ 23.847.075 | $ 25.039.428 |
| **= Utilidad bruta** | $ 764.200.000 | $ 891.047.328 | $ 935.435.268 | $ 1.034.661.465 | $ 1.144.207.371 |
| **- Gastos de operación** | $ 155.015.976 | $ 156.270.490 | $ 157.587.730 | $ 158.970.832 | $ 160.423.089 |
| **-Depreciación** | $ 4.965.000 | $ 5.213.250 | $ 5.473.912 | $ 5.747.608 | $ 6.034.989 |
| **-Diferidos** | $ 5.600.000 | $ 0 | $ 0 | $ 0 | $ 0 |
| **= Utilidad antes de impuesto** | $598.619.024 | $729.563.588 | $ 772.373.626 | $ 869.943.025 | $ 977.749.293 |
| **- Impuesto 35%** | $209.516.658 | $255.347.255 | $ 270.330.769 | $ 304.480.058 | $ 342.212.252 |
| **= Utilidad después de impuesto** | $389.102.366 | $474.216.333 | $ 502.042.857 | $ 565.462.967 | $ 635.537.041 |
| **- Reserva legal 10%** | $ 38.910.237 | $ 47.421.633 | $ 50.204.285 | $ 56.546.296 | $ 63.553.704 |
| **= Utilidad neta** | **$350.192.129** | **$426.794.700** | **$ 451.838.572** | **$ 508.916.671** | **$ 571.983.337** |

*Nota.* Información del estado de resultados en los cinco primeros años de la empresa.

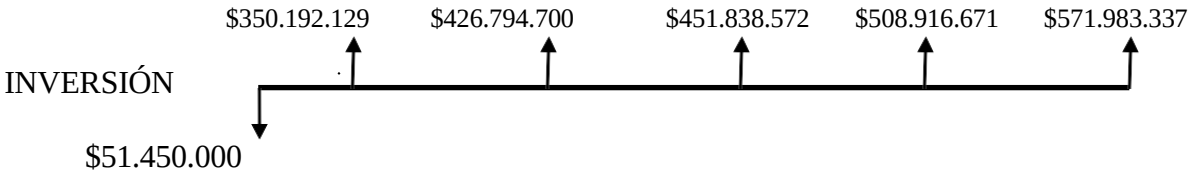
**Flujo de caja.** Es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| **UTILIDAD NETA** | $350.192.129 | $426.794.700 | $ 451.838.572 | $ 508.916.671 | $ 571.983.337 |
| **+ DEPRECIACIÓN Y DIFERIDOS** | 13.365.000 | 14.033.250 | 14.734.912 | 15.471.658 | 16.245.241 |
| **= FLUJO AJUSTADO DE CAJA** | **$ 363.557.129** | **$ 440.827.950** | **$ 466.573.484** | **$ 524.388.329** | **$ 588.228.578** |

*Nota.* Información del flujo de caja en los cinco primeros años de la empresa.

## 4.5 Estudio económico donde se muestres indicadores como son el valor presente neto, valor actual neto, tasa interna de retorno y razón costo beneficio que permiten determinar la viabilidad o no del proyecto restaurante tipo buffet

**Valor presente neto**. Se utilizó la rentabilidad de un CDT 6% y el 1% anual según dato suministrado por el Bancolombia.




$$\textbf{VPN} = \frac{\$350.192.129}{(1+0{,}06)^{1}} + \frac{\$426.794.700}{(1+0{,}06)^{2}} + \frac{\$451.838.572}{(1+0{,}06)^{3}} + \frac{\$508.916.671}{(1+0{,}06)^{4}} + \frac{\$571.983.337}{(1+0{,}06)^{5}}$$

**VPN =** $330.369.933 + $381.066.696 + $379.696.278 + $403.902.119 + $430.062.659

**VPN =** $1.925.097.685

El resultado permite argumentar que el proyecto a pesos de hoy genera ganancia desde el primer año, por lo que se puede decir que el resultado es positivo para los inversionistas.

**Tasa Interna de retorno (TIR).**

**TIR al 1%**

$$\textbf{TIR} = \frac{\$350.192.129}{(1+0{,}01)^1} + \frac{\$426.794.700}{(1+0{,}01)^2} + \frac{\$451.838.572}{(1+0{,}01)^3} + \frac{\$508.916.671}{(1+0{,}01)^4} + \frac{\$571.983.337}{(1+0{,}01)^5}$$

**TIR =** $346.724.880 + $418.426.176 + $438.678.225 + $489.342.952 + $544.746.035

**TIR =** $2.237.918.268

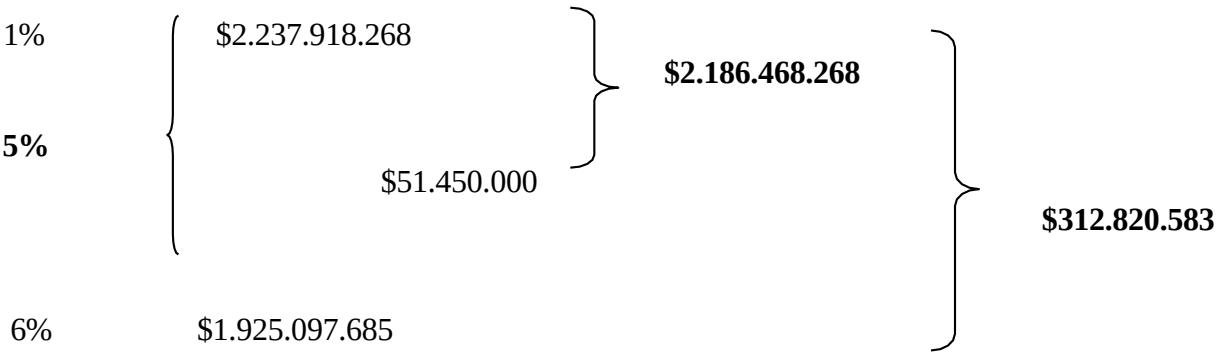
**TIR al 6%**

$$\textbf{TIR} = \frac{\$350.192.129}{(1+0{,}06)^1} + \frac{\$426.794.700}{(1+0{,}06)^2} + \frac{\$451.838.572}{(1+0{,}06)^3} + \frac{\$508.916.671}{(1+0{,}06)^4} + \frac{\$571.983.337}{(1+0{,}06)^5}$$

**TIR =** $330.369.933 + $381.066.696 + $379.696.278 + $403.902.119 + $430.062.659

**TIR =** $1.925.097.685

**INTERPOLACIÓN.**



$$X = \frac{\$2.186.468.268}{\$312.820.583} = 7\%$$

TIR= 7%

El indicador de la Tasa Interna de Retorno muestra que el porcentaje de recuperación de la inversión es del 7%, con lo que se para la organización es viable llevar a cabo la inversión, ya que se supera la inversión hecha al inicio y el retorno de la misma es positiva.

**Valor Actual Neto.**

VPN – INVERSIÓN = $1.925.097.685 – $51.450.000

**VAN =** $1.873.647.685

Se determinó un resultado positivo lo que demuestra que el proyecto es viable para la creación del restaurante.

**Razón costo beneficio.**

$$\textbf{RAZÓN COSTO BENEFICIO} = \frac{\text{FLUJOS POSITIVOS}}{\text{FLUJOS NEGATIVOS}} = \frac{\$1.925.097.685}{\$\ 51.450.000} = 37$$

La razón costo beneficio indica cuanto se va a poder recobrar por cada peso invertido, en esta ocasión el indicador dio 37 lo que quiere decir que estará en punto de equilibrio a los 5 años de realizada la inversión, es decir, por cada peso invertido se recuperará 37.

## 4.6 Impacto social y ambiental del restaurante tipo buffet elaborando un estudio socio-ambiental

Con la creación del restaurante tipo buffet, no se tendría afectación en el medio ambientes, ya que los residuos se clasificarán según la Resolución 2184 de 2019, por la cual se deben implementar el código de colores blanco, negro y verde para la separación de residuos en la fuente con el objetivo de fomentar la cultura ciudadana en materia de separación de residuos en el país, al igual que el cumplimiento de todas las normas de seguridad y sanidad contempladas en la normatividad colombiana.

De otra parte, en cuanto a los vertimientos de agua utilizada para el proceso de la producción y la limpieza de las maquinarias, no tendrá una alta concentración de sustancias tóxicas lo que asegura que no causan alteraciones de ninguna clase al medio ambiente.

En cuanto al impacto social se puede mencionar que con la creación del restaurante se generará fuentes de empleo, como también se impulsarán los proyectos innovadores en la región, ayudando a mejorar los ingresos económicos y mejorando la calidad de vida de sus familias y comunidad en general.

# Capítulo 5. Conclusiones

Al determinar la demanda, oferta, precio, canal de distribución, publicidad y promoción para el restaurante tipo buffet se pudo verificar que la mayoría de los habitantes encuestados están de acuerdo y apoyan esta nueva forma de ofrecer comidas típicas de la región, económica y de fácil acceso para todos los estratos sociales en la ciudad.

De otra parte, se concluyó que el sitio ideal para que el restaurante funcione es el centro de la ciudad, como también se muestra el recurso humano y físico necesario para el adecuado funcionamiento de la empresa y así lograr brindar un óptimo servicio a los clientes del mismo.

Se propone para la creación del restaurante la misión, visión, políticas, valores corporativos, objetivos, organigrama, manual de funciones, reglamento interno de trabajo y aspectos legales, con el fin de iniciar con metas claras y bien direccionadas.

En el estudio financiero se muestra los ingresos, gastos, balance y estado de resultados de la puesta en marcha del restaurante, con lo que se evidencia que los ingresos son suficientes para cubrir los gastos y mantenerse en el mercado donde pretende desarrollar sus actividades.

Al calcular el valor presente neto, valor actual neto, tasa interna de retorno y razón costo beneficio se pudo comprobar que la empresa es viable para su creación, es decir que los inversionistas recuperaran el dinero invertido en el tiempo proyectado que fue de cinco años.

Por último, se debe decir que el medio ambiente y social no tendrán afectaciones negativas con la creación del restaurante, por el contrario, se tiene la oportunidad de contribuir a la solución de la falta de fuentes de empleo en la ciudad.

# Capítulo 6. Recomendaciones

Es importante continuar con la evaluación de nuevas tendencias y gustos de la población en general para perpetuar con innovaciones que beneficien la economía de los hogares y calidad de vida de los habitantes.

Se sugiere que, al crear el restaurante tipo buffet, sea ubicado en el centro de la ciudad, ya que es de fácil acceso para los clientes que habitan las diferentes zonas de la ciudad, al igual que se tengan en cuenta el recurso humano requerido y físico, sin este no será posible el adecuado servicio al cliente.

Es necesario que los inversionistas tengan en cuenta la misión, visión, políticas, valores corporativos, objetivos, organigrama, manual de funciones, reglamento interno de trabajo y aspectos legales para el restaurante tipo buffet, siendo punto de partida para la adecuada organización interna y buen funcionamiento del mismo.

Se propone tener en cuenta el estudio financiero donde se muestra los ingresos, gastos, balance y estado de resultados de la puesta en marcha del restaurante, estos muestran que los ingresos tal como están planteados alcanzan para los gastos y generan utilidades para los inversionistas.

De otra parte, el estudio económico mostró que el restaurante no tendrá perdidas y desde el primer año de funcionamiento se reflejan ganancias lo que hace que se convierta en viable

para las personas que inviertan en el mismo.

Por último, se sugiere cumplir con toda la normatividad ambiental estipulada para este tipo de negocios, evitando inconvenientes en el funcionamiento, al igual que lograr un crecimiento empresarial para tener la posibilidad de vincular más personas a la entidad.

## Referencias

Abades triana. (9 de Agosto de 2022). *Los Restaurantes, su origen e historia*. Obtenido de https://abadestriana.com/los-restaurantes-su-origen-e-historia/.

Apicius, C. (23 de Julio de 2016). *Eltiempo*. Recuperado el 16 de Octubre de 2019, de Eltiempo: https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16652166

Arozarena, Y. (20 de Junio de 2023). *Una breve historia de los restaurantes*. Obtenido de https://www.panoramacultural.com.co/gastronomia/8049/una-breve-historia-de-los-restaurantes.

Bernal, J. (2021). *Restaurantes*. Obtenido de https://www.hosteleria.site/definicion/restaurants/#ChatBot.

Clavijo, A. (2016). *Propuesta para optimizar la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes.* Ocaña: Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.

Congreso de Colombia. (2021). *Código de comercio.* Bogotá: Gaceta de la República.

Consejo latinoamericano de proteina animal. (2021). *¿Qué son los alimentos?* Obtenido de https://www.alimentacionbalanceada.com/que-son-los-alimentos/.

Deleitese. (18 de Enero de 2016). *Deleitese Gastronomia*. Recuperado el 16 de Octubre de 2019,

de Deleitese Gastronomia: http://www.deleitese.co/asi-es-el-restaurante-mas-antiguo-de-colombia-129

García, P. M. (08 de Noviembre de 2017). *En La Cocina*. Recuperado el 24 de Septiembre de 2019, de Cómo ofrecer un Buffet libre en tu restaurante: https://enlacocina.telemesa.es/gestion-administracion-restaurantes/ofrecer-buffet-libre-restaurante/

Grupo Crisol. (15 de Junio de 2010). *Grupo Crisol Equipamiento Hostelero*. Recuperado el 16 de Octubre de 2019, de Grupo Crisol Equipamiento Hostelero: https://www.grupocrisol.com/sugerencias/curiosidades/buffet_y_catering/historia_del_buffet/5/

Grupo Crisol Equipamento Hostelero. (06 de Junio de 2010). *Historia del Buffet* . Recuperado el 24 de Septiembre de 2019, de https://www.grupocrisol.com/sugerencias/curiosidades/buffet_y_catering/historia_del_buffet/5/

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. D. (2020). Metodología de la Investigación. En R. Hernández Sampieri, C. Fernández Collado, & M. D. Baptista Lucio, *Metodología de la Investigación* (pág. 80). México: McGraw-Hill.

Hernandez, S. (2021). *Teoria de la investigación.* Bogotá: Mac Graw Hill.

Labor Mexicana. (2015). *LABOR MEXICANA BPO SHELTER COMPANY*. Recuperado el 16 de 10 de 2019, de http://www.labormx.com/estudio-factibilidad.html

Larrosa, P. (3 de Julio de 2021). *En que consiste el servicio de buffet definicion de buffet historia de buffet como se realiza el servicio de buffet tipos de presentacio de un buffet*. Obtenido de https://www.laverdad.es/gastronomia/preguntas-respuestas/en-consiste-servicio-buffet-definicion-buffet-historia-buffet-como-realiza-servicio-buffet-tipos-presentacio-buffet-20071016000000-nt.html.

Leal, A. (2021). *Manual de marketing*. Obtenido de https://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO4/Temas/producto44manual-de-marketing-y-comunicacion-cultural_web.pdf?hash=0ae5091d033fb40d1e42339a0843b908.

Maurice, S. (2020). *Is Competition Always Good.* Bogotá: Oupblog.

Municipio de Ocaña. (2016 - 2019). *Plan de Desarrollo del Municipio de Ocaña 2016 - 2019.* Recuperado el 24 de Septiembre de 2019, de http://ocananortedesantander.micolombiadigital.gov.co/sites/ocananortedesantander/content/files/000108/5376_plandedesarrolloeslahoradeocaa20162019.pdf

Murillo, J. (23 de Julio de 2023). *'La puerta falsa': el recorrido del restaurante más antiguo del país*. Obtenido de https://www.portafolio.co/negocios/empresas/la-puerta-falsa-la-

historia-del-restaurante-mas-antiguo-de-colombia-586066.

República de Colombia. (2019). *Constitución política* . Bogotá: Leyes de Colombia.

República de Colombia. (2021). *Decreto 3075 de 1997* . Bogotá.

República de Colombia. (2021). *Ley 19 de 1979.* Bogotá: Gaceta .

Revista Alacarta. (24 de Febrero de 2014). *Alacarta*. Recuperado el 16 de Octubre de 2019, de Alacarta: http://alacarta.com.py/v1/2014/02/24/historia-del-buffet/

Rey, A. (2022). *El Origen de los Buffets: Una Historia Gastronómica de Éxito*. Obtenido de https://reyabogado.com/historia/quien-fue-el-creador-del-buffet/#google_vignette.

Vásquez, D. (6 de Septiembre de 2019). *Así es como nació el primer restaurante de la historia*. Obtenido de https://www.lavanguardia.com/comer/sitios/20180906/451384675191/primer-restaurante-historia-origen.html.

Villavicencio, E. (2021). *Teoria de oferta y demanda*. Obtenido de https://www.academia.edu/31071335/El_Mercado_La_Oferta_y_La_Demanda.

# Apéndices

Apéndice A. Encuesta dirigida a los habitantes mayores de 18 años en la ciudad de Ocaña

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo. Evaluar la factibilidad para la creación de un restaurante tipo buffet en la ciudad de Ocaña, norte de Santander

1. ¿Cuál es su género?
Femenino____, Masculino____, Otro_____

2. ¿Cuál es su rango de edad?
De 15-25_____, De 26-35____, De 36-45____, De 46-55____, Más de 56 años_____

3. ¿En la actualidad está trabajando?
Si____, No____

4. ¿Cuál es su estrato socioeconómico?
I_ , II____, III____, IV____, V_____

5. ¿Cada cuánto almuerza fuera de su casa?
Una vez por semana____, Dos veces por semana____, Tres a cuatro veces por semana____, Cuatro a cinco veces por semana____, Siempre____, Nunca_____.

6. ¿Cuánto paga por un almuerzo normalmente?
De 10.000 – 15.000____, De 15.100 – 20.0000____, De 20.100 – 25.000_____, Más de 25.000_____.

7. ¿Cuál es el tipo de comida que prefiere para el almuerzo? _____
_____
_____
_____
_____

8. ¿Le gustaría que en la ciudad de Ocaña existiría un restaurante tipo buffet?
Si____, No_____

9. ¿Cuál es el sitio ideal para el funcionamiento del restaurante?
Centro de la ciudad____, Al norte de la ciudad____, Al sur de la ciudad____, Otro cual?_____

10. ¿Qué tipo de publicidad para que la población conozca el restaurante?
Comerciales en la televisión local____, cuñas radiales en las emisoras de la ciudad____, publicidad en las redes sociales_____, vos a vos____, vallas____, otro cuál?
_____