

Factibilidad del plan de negocio para la apertura de un restaurante de comida saludable

Autores

Diana Paola Vásquez Hernández

Paula Andrea Ríos Ruiz

Director

Yomeida Inmaculada Bom Camargo

Administración de Empresas

Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas

UNIVERSIDAD DE MANIZALES

Manizales, Caldas.

2020

Tabla de contenido

Contenido

Introducción	9
1. CAPITULO 1	11
1.1 Planteamiento	11
1.2 Objetivos de investigación	13
1.2.1 Objetivo general	13
1.2.2 Objetivos específicos	13
1.3 Justificación.....	13
2. CAPITULO 2	15
2.1 Marco teórico	15
2.1.1 Antecedentes	15
2.2 Base teórica	18
2.2.1 Comida saludable.....	18
2.2.2 Estudio de factibilidad	19
2.2.3 Viabilidad/Factibilidad.....	28
2.2.4 Estudio evaluación financiera.....	29
2.2.5 Estudio de mercado.....	31
2.2.6 Estudio de inversión.....	33
2.2.7 Estudio socio ambiental	34
2.2.8 Estudio técnico	35
2.2.9 Estudio ambiental	35
2.2.10 Estudio social.....	36
2.2.11 Demanda.....	37
2.2.12 Potencial demanda	37

2.2.13	Producto y características	38
2.2.14	Segmentación de mercado.....	38
2.2.15	Análisis de datos	39
3.	CAPITULO 3	40
3.1	Metodología	40
3.2	Tipo de investigación.....	41
3.2.1	Población y muestra.....	42
3.2.2	Fuentes de información.....	43
3.2.3	Técnicas de recolección de información	43
4.	CAPITULO 4	48
4.1	Estudio de mercado.....	48
4.1.1	Producto, características del producto.....	50
4.2	Demanda	57
4.3	Potencial demanda	57
5.	CAPITULO 5	58
5.1	Localización	58
5.2	Estudio técnico	58
5.3	Evaluación socio-ambiental	60
5.3.1	Impacto ambiental.....	60
5.3.2	Impacto social.....	63
6.	CAPITULO 6	65
6.1	Discusión.....	65
7.	CAPITULO 7	67
7.1	Presentación proyecto	67
7.2	Imagen corporativa	68
7.3	Misión:	68

7.4	Visión:.....	68
7.5	Valores corporativos:.....	68
7.6	Estructura organizacional:.....	69
	CAPITULO 8	70
8.	70	
8.1	Informe financiero	70
9.	Bibliografía	108

Índice de Imágenes

Imagen 1.....	45
Imagen 2.....	46
Imagen 3.....	47
Imagen 4.....	48
Imagen 5.....	48
Imagen 6.....	49
Imagen 7.....	49
Imagen 8.....	50
Imagen 9.....	50
Imagen 10.....	51
Imagen 11.....	51
Imagen 12.....	52
Imagen 13.....	52
Imagen 14.....	53
Imagen 15.....	53

Índice de cuadros

Cuadro 1. Inversión inicial requerida en Pesos.....	69
Cuadro 2. Balance General sin Financiamiento.....	70
Cuadro 3. Balance General inicial con financiamiento.....	71
Cuadro 4. Depreciación de la inversión en activos fijos para planta de procesos.....	72
Cuadro 5. Depreciación de la inversión en activos fijos en planta activa.....	72
Cuadro 6. Amortización del financiamiento.....	73
Cuadro 7. Parámetros Económicos.....	75
Cuadro 8. Parámetros Laborales.....	76
Cuadro 9. Cargos Laborales.....	77
Cuadro 10 Unidades a vender.....	78
Cuadro 11. Materiales Directos.....	78
Cuadro 12. Precio de materiales directos.....	79
Cuadro 13. Costos totales en material directo.....	79
Cuadro 14. Mano De Obra Directa.....	80

Cuadro 15. Mano de obra indirecta.....	80
Cuadro 16. Otros costos de elaboración.....	80
Cuadro 17. Total, costos Indirectos de Fabricación.....	81
Cuadro 18. Costos de producción.....	81
Cuadro 19. Depreciación en Activos aditivos.....	82
Cuadro 20. Gastos administrativos.....	82
Cuadro 21. Gastos de venta.....	82
Cuadro 22. Gastos administrativos y de venta totales y unitarios.....	82
Cuadro 23. Margen Bruto de Ganancia.....	83
Cuadro 24. Determinación de los precios.....	83
Cuadro 25. Ventas estimadas anuales.....	84
Cuadro 26. Estados de Resultados sin Financiamiento.....	84
Cuadro 27. Estados de Resultados con Financiamiento.....	85
Cuadro 28. Estado de Fuentes y Aplicaciones sin uso de financiamiento.....	86
Cuadro 29. Estado de Fuentes y Aplicaciones con uso de financiamiento.....	87
Cuadro 30. Balance General Proyectados sin financiamiento.....	88
Cuadro 31. Balance General Proyectados con financiamiento.....	89

Cuadro 32. Flujo de caja de las inversiones.....	90
Cuadro 33. Flujo de Caja de las operaciones sin financiamiento.....	91
Cuadro 34. Flujo de Caja de las operaciones con financiamiento.....	92
Cuadro 35. Flujo de caja de financiamiento.....	93
Cuadro 36. de flujo de caja neto sin financiamiento.....	94
Cuadro 37. de flujo de caja neto con financiamiento.....	94
Cuadro 38. Tasas mínimas de rentabilidad.....	95
Cuadro 39. Costo Promedio Ponderado de Capital con financiamiento.....	95
Cuadro 40. Costo Promedio Ponderado de Capital con financiamiento.....	96
Cuadro 41. Costo Promedio Ponderado de Capital con financiamiento, tomando en cuenta el beneficio del impuesto.....	96
Cuadro 42. Criterios de decisión sin financiamiento	97
Cuadro 43. Criterios de decisión con financiamiento.....	98
Cuadro 44. Razones financieras estimadas sin financiamiento.....	99
Cuadro 45. Razones financieras estimadas con financiamiento.....	100
Cuadro 46. Análisis de sensibilidad sin financiamiento.....	101
Cuadro 47. Análisis de sensibilidad con financiamiento.....	102

Introducción

Un estudio de factibilidad da la orientación para tomar decisiones de la viabilidad y probabilidad o no de un proyecto. El estudio de factibilidad se compone de un estudio de mercado, financiero, técnico y administrativo, legal. Ambiental, social. (Ramirez Almaguer, 2009)

La importancia de un estudio de factibilidad facilita la consideración del nivel de inversiones, identificación de una fuente de financiación, uso óptimo de recursos, al uso de una evaluación económica, social y ambiental que permita aproximar un contenido para la realización de un proyecto de inversión; además es importante el estudio de factibilidad. Además, es importante para la orientación a la determinación posible o de rechazo del proyecto con base a los soportes anteriormente mencionados, el estudio de factibilidad permite ilustrar el camino que las empresas o proyectos deberían visualizar para la obtención de los objetivos y metas propuestas, logrando con ello además la mejor optimización de la eficiencia y eficacia de los recursos con los que cuenta.

Es por ello que en este trabajo de investigación se abordará el estudio de factibilidad y viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la comida saludable.

De igual forma, tiene como objetivo presentar el paso a paso de un proyecto de inversión y su evaluación financiera la cual está compuesta por un estudio de mercado, por los diferentes presupuestos tanto de ingresos como de egresos, flujos de caja, costo promedio ponderado, análisis de sensibilidad y toma de decisiones, producto de estudios previos realizados sobre los requerimientos exigidos.

El objetivo principal de esta investigación fue evaluar la factibilidad de apertura un restaurante en el municipio de Villamaría-Caldas, con la misión de ofrecer a sus consumidores un producto de alta calidad y a su vez saludable, utilizando los estándares de higiene y servicio, establecidos

en la Resolución 2674 de 2013 “Requisitos sanitarios”, entre otros que son dictados por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA)

A efectos de lograr los objetivos propuestos en este estudio, se presentará a continuación 9 capítulos referidos a:

Donde el primer capítulo contiene el planteamiento, objetivos de investigación tanto general como específicos y justificación, el segundo capítulo es el marco teórico en el cual se encuentran las teorías, antecedentes y base teórica, el tercero es el estudio de factibilidad explicando cada uno de los estudios aplicados al proyecto como la viabilidad factibilidad, estudio de evaluación financiera, estudio de mercado, estudio de inversión y estudio socio-ambiental, en el cuarto capítulo se encuentra la metodología con el estudio técnico, estudio de mercado, producto y sus característica, demanda, potencial demanda, segmento del mercado y construcción del instrumento para recolectar los datos, el quinto capítulo es el análisis de datos, el sexto evaluación socio-ambiental con su impacto ambiental y social, el séptimo capítulo la discusión, octavo propuesta “Healthy Food” con el informe financiero y por ultimo las conclusiones.

1. CAPITULO 1

1.1 Planteamiento

En Colombia en los últimos tiempos, se ha observado como las tendencias alimenticias han ido teniendo un cambio notorio en los ciudadanos, puesto que más de la mitad (57%) de la población de colombianos sufre de sobrepeso (Nielsen, 2017), preocupación que llega a toda América Latina afectando directamente al país.

La preocupación por tener una alimentación más equilibrada y sana es tendencia en el país (Colprensa, 2017), eso ha provocado cambios en los mercados de alimentación, tales como restaurantes, y sitios para realizar estas actividades alimentarias. En una encuesta realizada por el Instituto Colombiano Bienestar Familiar (ICBF) se refleja en los resultados la situación de la población adulta y se llega a la conclusión de la urgencia para implementar estrategias en cuanto a la alimentación mucho más saludable (Moreno, 2018), también la adaptación en los sitios para realizar mercado y obtener estos alimentos frescos y en buen estado; que cumplan con la expectativa para la cual están siendo comprados.

Caldas fue nombrado el departamento con el mejor programa de hábitos y estilos de vida saludable (Rojas, 2018). a través del programa Muévete Caldas por tu Salud en el año 2018 promovido por Coldeportes, en el cual se puede observar que el departamento está haciendo eventos con un enfoque de prevención y no como consecuencia de un mal hábito.

El departamento lidera la estrategia "Tiendas y escuelas saludables" la cual busca la prevención de enfermedades en menores de edad, a abril del año 2019 se contaban con 48 instituciones educativas que se unieron a esta iniciativa, la cual se realiza por cada uno de los municipios de Caldas, destacando muy especialmente la experiencia en la Institución Educativa Bonafont

de Riosucio quien ha logrado integrar grupos familiares con lúdicas y tratando estos temas de una manera más amena para los pequeños. (Gobierno de Caldas, 2019).

En el municipio de Manizales se le apuesta a una ciudad más saludable tanto en hábitos, tradiciones entre otros, hablando más exactamente una alimentación saludable es necesaria para las satisfacción de cada una de las personas, por esta razón la Alcaldía junto a la secretaría de salud, deportes en años anteriores, plantearon la organización de un evento cuya duración es de una semana y se nombra " Manizales saludable, segura y sostenible para más oportunidades" en la cual se desarrollan actividades para fomentar comportamiento saludables en niños, jóvenes y adultos, edades muy variadas las cuales pueden participar de dicho evento (Alcaldía de Manizales, 2017). Eventos así ratifican el compromiso de la ciudad con los habitantes para brindar lugares y oportunidades de aprendizaje que enriquezcan su vida alimenticia.

En el municipio de Villamaría Caldas, el cual desde mediados del año 2017 ha empezado campañas para incentivar a su comunidad en la alimentación saludable, según información dada por Barbosa citada por García (2017) expresa “el deseo de querer mostrarse ante el país como uno de los municipios donde se promueva mejores hábitos y estilos de vida saludable”

La población del Municipio de Villamaría, Caldas consta de 56.303 personas según censo realizado en abril de 2018 de la Alcaldía de Villamaría, el número de mujeres es de 29.296 y de hombres es de 27.007, (Gobierno Digital, 2018) donde el conjunto de hombres y mujeres entre el rango de edad de 15 a 60 años representan el 62.6% de la población, un porcentaje importante de la población quienes representaran los clientes comerciales.

En este municipio solo se encuentra un restaurante de comida saludable, lo cual se estima que es insuficiente para abarcar al total de la población del municipio se guarda la identidad del

restaurante, ya que no se tiene permiso de usarla), de ahí, surgió la idea de aperturar un restaurante dedicada a la alimentación saludable.

Tomando como referencia lo expuesto en los párrafos anteriores, surgió la siguiente interrogante de investigación ¿será factible aperturar un restaurante que proporcione alimentos saludables y sea un espacio para el compartir familiar?

1.2 Objetivos de investigación

1.2.1 Objetivo general

Determinar la factibilidad para la apertura de un restaurante de comida saludable en el Municipio de Villamaría, Departamento Caldas.

1.2.2 Objetivos específicos

1. Realizar un análisis de la situación actual del sector de servicio-restaurantes.
2. Desarrollar un estudio de mercado para un restaurante de comida saludable en Villamaría-Caldas.
3. Establecer las características de una alimentación saludable y su percepción social.
4. Evaluar la viabilidad técnica de gestión, ambiental y legal para la creación de un restaurante de comida saludable en el Municipio de Villamaría, Departamento Caldas.
5. Determinar la factibilidad para la creación de un restaurante de comida saludable en el Municipio de Villamaría, Departamento Caldas, a través de herramientas e indicadores de evaluación económica-financiera.

1.3 Justificación

De acuerdo con los objetivos propuestos, este estudio de factibilidad nos permite desarrollar áreas de conocimiento en cuanto a la carrera como estudiantes de administración de empresas,

tales como: fundamentos de la administración, análisis financiero, matemáticas financieras, costos, presupuestos, formulación y evaluación de proyectos, lo cual representaría una fortaleza a la hora de emprender un negocio y afrontar el mercado laboral.

Adicionalmente con estos estudios, se logrará visualizar la importancia y beneficios que trae la comida saludable.

Por otro lado, desde el punto de vista social se está generando empleo directo e indirecto, incluyendo empleados, proveedores, agricultores, entre otros e influyendo en la calidad de vida de los ciudadanos del municipio de Villamaría-Caldas.

Con la creación de la empresa se estaría contribuyendo con el desarrollo del municipio y de la comunidad en general, adicional a potenciar los procesos administrativos, financieros, contables, entre otros de la empresa Healthy Food.

Desde el punto de vista del impacto ambiental, el estudio permite tomar conciencia sobre este, tanto en los procesos productivos como en las actividades de la organización, con ello tomar las medidas necesarias para eliminar, disminuir o transferir el efecto.

2. CAPITULO 2

2.1 Marco teórico

En el presente capítulo se contemplarán trabajos de investigación sobre las variables de estudio de comida saludable y de estudios de factibilidad.

2.1.1 Antecedentes

En un proyecto de comida saludable por Muñoz (2014, pág. 15) se observó en su planteamiento del problema la importancia de investigar sobre la alimentación sana, adicional a esto da a entender que hay proyectos que han incorporado la indagación para la creación de un restaurante de comida fitness, con el fin de mejorar la calidad de vida y reducir el índice de obesidad, Muñoz expresa en su problemática “En estos tiempos se puede observar como el índice de obesidad ha ido aumentando con el paso de los años, según el periódico el país advierte que la obesidad es la principal causa de enfermedad en el país según las Cifras de la Fundación Colombiana de Obesidad (Funcobes), arrojan que uno de cada dos colombianos presenta exceso de peso, teniendo como especial foco la población femenina, ya que ellas presentan el 55,2% de los casos, frente a los de los hombres, que representan el 45,6%”. Al percibir este dato es preocupante al evidenciar que uno de cada dos colombianos presenta obesidad, y que se debe mejorar este aspecto con proyectos como este para mejorar la vida alimenticia de los ciudadanos, así mismo incorporando la precaución para la obesidad.

Según Vargas (Vargas, 2011, pág. 8) en su proyecto de grado manifiesta la problemática del sobrepeso y obesidad en Colombia, empleando el siguiente dato “En Colombia, según la Encuesta Nacional de la Situación Nutricional (ENSIN 2010), la prevalencia de sobrepeso u obesidad, ha aumentado un 25,9% en el último quinquenio en niños y adolescentes, haciendo referencia a que

la prevalencia de sobrepeso, tiende a aumentar con la edad y nivel de SISBEN, resaltando que la inactividad física y los hábitos alimentarios inadecuados son los principales causantes de esta situación”. Con esto se deduce la relevancia de una nutrición saludable, donde se debe incorporar desde temprana edad, para así evitar problemas con más años en obesidad y sobrepeso, donde una alimentación saludable ayuda a preservar la salud y a prevenir enfermedades.

En un proyecto pedagógico realizado por estudiantes de formación complementaria (Soto, Asprilla Díaz, & Quintero, Cali) hacen énfasis en la comida sana, expresando allí que la alimentación correcta “Es fundamental para un buen desarrollo en la vida, teniendo en cuenta la situación del derecho a la alimentación en Colombia es precaria y con el deseo de mejorarla aún más se guía este proyecto para lograr mejorar la realidad. En Colombia, la desigualdad en la distribución de los ingresos y la riqueza explica esta situación. Según datos del programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) Colombia es el undécimo país con mayor desigualdad del mundo”. Este proyecto fomenta su investigación en mejorar la calidad de vida en la salud y alimentación de los ciudadanos, inspirando a este proyecto a la creación de un restaurante de comida saludable para ayudar a la comunidad de Villamaría-Caldas y sus alrededores a cuidar la salud, tener una mejor nutrición y evitar enfermedades adquiriendo alimentos sanos.

En la investigación de proyectos de inversión se identificó un proyecto implementado por estudiantes de Administración de empresas de la Universidad Colegio de Estudios Superiores de Administración –CESA en Bogotá, el cual se identifica en sus conclusiones lo siguiente:

“Se logró determinar que la mayoría de las personas están interesadas en mejorar su estilo de vida y comprenden la importancia de una buena nutrición. No obstante, la dificultad de interpretar

la información nutricional los hace cometer errores, así como la falta de una oferta que cubra este tipo de necesidades del mercado de un modo adecuado.” (Dahl Vélez & Hernández Visbal, 2017)

De acuerdo con el trabajo de grado de Pesantes, Uzcátegui y Succety (2010). sobre estudios de factibilidad para la creación de un restaurante de dietas variadas, se procedió a realizar el estudio de factibilidad, estudio de mercado y evaluación financiera. (págs. 30, 20, 78). Como metodología para establecer la posibilidad de apertura del restaurante.

Con los objetivos que plantean Pesantes et al. (2010) en el proyecto, se puede observar que el objetivo general es la rentabilidad del proyecto, lo cual se asemeja al objetivo general de este proyecto, así mismo como los objetivos específicos, dentro de ellos se observa que es importante un estudio de mercados y la evaluación financiera, lo que se puede percibir que los objetivos de este estudio están acordes para obtener buenos resultados.

Por su parte Neyra, Palomino y Díaz (2016) en su trabajo de grado titulado “Plan de negocios para implementar un fast food de comida saludable en Miraflores” como opción de grado de magister en administración, dentro de su metodología está el estudio de mercados, donde una de sus herramientas fue la encuesta, en el cual obtuvieron buenos resultados por partes de los encuestados, este método es uno de los más utilizados al momento de realizar el estudio de mercado por los resultados tan certeros que arroja.

Según Valarezo, Víctore y Vérez (2016) el estudio de factibilidad es la base fundamental para la toma de decisiones en especial para los directores del proyecto quienes cargan la mayor responsabilidad al ser quienes aprueban las inversiones y corren el riesgo de las ganancias o en el peor de los casos pérdidas. Tomar la decisión adecuada depende únicamente de la veracidad y calidad de la información que sea suministrada por los estudios realizados, y por el adecuado

manejo de esta. Otro estudio que mencionan los autores es el de sensibilidad ya que cualquier tipo de proyecto está sujeto a riesgos e incertidumbres, este estudio trata de estimar los valores para eventos tanto positivos como negativos y de allí mirar como el proyecto es factible o no lo es.

Otro ítem indispensable para tener un estudio de factibilidad completo son las fuentes de investigación las cuales pueden ser primarias que se obtienen por la observación inicial y las encuestas, y las fuentes secundarias que se encuentran en los repositorios bibliográficos de la universidad según lo expresan Guzmán, Vera, Malambo, Rodríguez en sus tesis de grado (2018).

En el estudio de factibilidad tener las hipótesis del problema es importante, porque no se cuenta con lugares para brindar comida saludable en el sector, porque los restaurantes que ya están creados no incorporan este menú, entre otras, por otro lado la hipótesis del cliente, quienes son los que dan la respuesta al proyecto, los que hacen posible el proyecto y la hipótesis de la solución la cual después del estudio de mercado se puede obtener, esto lo mencionan Flores, Castillo, Bailon y Hormaza en su trabajo de investigación (2017, págs. 19,20,21).

2.2 Base teórica

2.2.1 Comida saludable

Se entiende como alimentación saludable aquella que proporciona los nutrientes que el cuerpo requiere para mantener un excelente funcionamiento del organismo y minimizar el riesgo a enfermedades. Una buena alimentación es en la que se consumen diariamente frutas, verduras, cereales, legumbres, leche, carne y aceites vegetales en cantidades adecuadas y variadas. (Minsalud, 2020).

Comer saludable no siempre depende del tipo de los alimentos que se consumen sino también de las costumbres y hábitos que se adquieren y son necesarios para una buena salud, los factores como la cultura, el ambiente territorial y familiar influyen en las practicas saludables (Cuidate plus, 2020)

Para Ana Amengual (2016) la alimentación saludable es un estilo de vida y recomienda un acompañante nutricionista el cual será un modelo a seguir para llegar a esa meta que se desea, varias recomendaciones que menciona son: no compararse con nadie, ya que todos los cuerpos son distintos y tienen varias formas de procesar los alimentos, ser crítico a la hora de consumir los alimentos y por ultimo pedir ayuda y consejos a personas que conozcan del tema y que brinden dietas bien planificadas y controladas.

Entre los beneficios de comer saludable se encuentran la permanente energía, obtener vitaminas y minerales necesarios, estatura, peso y fuerza adecuada lo menciona el Centro para la Salud de la Mujeres Jóvenes (2015).

2.2.2 Estudio de factibilidad

Baca en su libro Evaluación de proyectos (2001, pág. 24) expresa que: “un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana”; en este se puede observar diferentes ideas, inversiones, metodologías y tecnologías, todas enfocadas a resolver problemas que se encuentran presentes en la educación, alimentación, salud, ambiente y cultura.

Para poder tomar la decisión sobre un proyecto es necesario realizar un estudio multidisciplinario, en el cual se realice una evaluación de los diferentes aspectos vistos, pero esto no quiere decir que se esté exento de riesgo, ya que el futuro siempre es incierto. (Baca, pág. 25)

dice que las áreas generales en las que se puede aplicar la metodología de la evaluación del proyecto son: instalación de una planta totalmente nueva, elaboración de un nuevo producto de una planta ya existente, aplicación de la capacidad instalada o creación de sucursales, sustitución de maquinaria por obsolescencia o capacidad insuficiente.

En una evaluación de proyectos es necesario realizar un estudio de mercado, en donde se entiende por mercado según Baca (2001, pág. 35) “al área en que confluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”, en otras palabras, se ofrecen productos o servicios con el fin de cubrir las necesidades existentes con una gran variedad de precios.

Lo que busca el estudio de mercado según (Baca, 2001) es:

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado.
- Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir determinados precios.
- Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.
- Se propone dar una idea al inversionista del riesgo que su producto corre al ser o no ser aceptado en el mercado.

Las personas que realicen un estudio de mercado deben tener presente la definición del problema. Las necesidades y fuentes de información, estas segundas tienen dos tipos: las primarias, que consiste en la investigación de campo (encuestas). Las secundarias, que integra toda la información escrita existente sobre el tema (estadísticas gubernamentales o de la misma empresa).

Diseño de recopilación y tratamiento estadístico de datos. Procesamiento y análisis de datos, y, por último, un informe en el cual ya se ha procesado la información adecuadamente.

Baca (2001, pág. 37) manifiesta que “es importante realizar una descripción exacta del producto o los productos que se pretendan elaborar”, todo debe ir acompañado por las normas de calidad que edita la Secretaría de Estado o el Ministerio correspondiente. Es muy significativo tener presente la naturaleza y usos del producto, por su vida de almacén, se clasifican en duraderos (no precederos), como son los aparatos eléctricos, herramientas, muebles y otros, y no duraderos (precederos), que son principalmente alimentos frescos y envasados.

Es de suma importancia tener en cuenta la demanda que son los bienes y servicios que en mercado requiera para satisfacer una necesidad con un precio específico. Baca (2001, pág. 38) expresa que: “el principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto o del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.” Principalmente consiste en una serie de factores como son la necesidad real que se tiene para el servicio o el bien ofrecido, el nivel de ingreso de la población, el precio del bien o servicio; por lo cual hay que tener en cuenta la información obtenida en la investigación de campo realizada.

Al lado de la demanda siempre se encuentra la oferta que es la cantidad de bienes o servicios que varios productores están dispuestos a poner a disposición del mercado a determinado precio. Como expresa Baca (2001, pág. 64) el propósito que se persigue es determinar o medir a cantidades y condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio. Los precios son la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender,

y los consumidores a comprar un bien o servicio. Lo mencionado anteriormente ocurre cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.

Con la realización de un estudio técnico según Baca (2001, pág. 105) busca:

- Verificar la posibilidad de fabricación del producto que se pretende.
- Analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización optima, los equipos, las instalaciones y la organización requeridos para realizar la producción.

El tamaño de un proyecto se basa principalmente en su capacidad instalada, y se expresa en las unidades de producción por año. Para esta etapa es importante tener presente: la cantidad que se desea producir, la cual depende de la demanda potencial que se calculó en el estudio de mercado. La intensidad de la mano de obra. La cantidad de turnos de trabajo. La optimización de la distribución del equipo de producción dentro de la planta. La capacidad individual de cada máquina que interviene en el proceso y la optimización de la mano de obra.

El estudio económico permite ver que existe un mercado potencial por cubrir. La parte de análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de las operaciones de producción, administración y ventas. Como lo expresa Baca (2001, pág. 187), el capital de trabajo, se define como el capital con que hay que contar para empezar a trabajar, aunque es una inversión inicial, tiene una gran diferencia ya que no puede recuperarse al pasar el tiempo, dada su naturaleza.

La existencia del ser humano se encuentra lleno de necesidades, las cuales se han ido cubriendo porque el hombre emprendedor que se ha preocupado en cuidar e invertir los recursos para producir los bienes y los servicios escasos; estas producciones deben realizarse con una base sólida en la que se apoyen. Esta base es la evaluación de proyectos.

La evaluación de proyectos es una materia que durante la elaboración del estudio se puede observar diferentes disciplinas como: la estadística, la contabilidad, la distribución de la planta y las finanzas, entre otras; las cuales permiten observar que tan viable es la realización de alguna inversión en un proyecto.

La evaluación de proyectos puede hacerse desde dos puntos de vista, no opuestos, pero si distintos: criterio privado y criterio social, de esto depende la decisión que se tome sobre la realización física del proyecto.

Sapag y Sapag (2008) expresan que: “la preparación y evaluación de un proyecto es un instrumento de decisión que determina que si éste se muestra rentable debe implementarse, pero que si resulta no rentable debe abandonarse”. La idea es que esta técnica no se tome como decisional, sino como una posibilidad de obtener más información para la persona encargada de decidir.

Un proyecto busca solucionar un problema humano de una manera inteligente. Cualquiera que sea a idea, lo que busca es implementar la inversión y la tecnología con el fin de resolver las necesidades humanas. Sapag y Sapag (2008, pág. 20) manifiestan que: “Si se desea evaluar un proyecto de creación de un nuevo negocio, ampliar las instalaciones de una industria, entre otros, ese proyecto debe evaluarse en términos de conveniencia, de manera que se asegure que resolverá una necesidad humana eficiente, segura y rentablemente”. Refiriéndose de otra manera, se busca dar la mejor solución al problema económico que se plantea, y así disponer de los antecedentes y la información para asignar los recursos racionalmente, para encontrar una solución eficiente y viable.

Sapag y Sapag (2008, pág. 21) manifiestan “en una primera etapa se preparará el proyecto, es decir, se determinará la magnitud de sus inversiones, costos y beneficios. En una segunda etapa, se evaluará el proyecto, en otras palabras, se medirá la rentabilidad de la inversión. Ambas etapas constituyen lo que se conoce como la pre-inversión”. Así mismo, indican que el éxito o el fracaso de un proyecto influyen múltiples factores, cuanto más acentuado sea el cambio que se produzca, mayor será el efecto sobre el proyecto.

Con la preparación y evaluación de un proyecto será posible reducir la incertidumbre de la conveniencia de llevar a cabo una inversión, es conveniente realizar varias evaluaciones para informar sobre la rentabilidad del proyecto como la del inversionista y de la capacidad de pago para enfrentar deudas. La planificación debe realizarse principalmente pensando en el futuro, para saber si todo se encuentra bien y se pueden aprovechar las oportunidades del mañana. La persona encargada de evaluar el proyecto debe ser alguien neutral respecto al contexto y las políticas determinadas, sin importar cuál sea su posición sobre ellas.

Como lo manifiestan Sapag y Sapag (2008, pág. 37) “toda decisión de inversión debe responder a un estudio previo de las ventajas y desventajas asociadas con su implementación, la profundidad con que éste se realice dependerá de lo que aconseje cada proyecto en particular”. Se puede expresar que los estudios de inversión se centran en la viabilidad económica, como referencia, sin tomar en cuenta muchos factores que conforman y estabilizan la idea de negocio.

Con la ayuda de varios de estudios se puede obtener más información y con mayor seguridad tomar una decisión, uno de los más importantes como lo muestran Sapag y Sapag (2008, pág. 38) es el estudio de viabilidad comercial el cual “indicará si el mercado es o no sensible al bien producido o al servicio ofrecido por el proyecto y la aceptabilidad que tendría en su consumo o

uso, permitiendo así determinar la postergación o el rechazo de un proyecto, sin tener que asumir los costos que implica un estudio económico completo. En muchos casos, la viabilidad comercial se incorpora al estudio de mercado en la viabilidad financiera”.

En el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico busca dar información de cómo cuantificar las inversiones y los costos de operación a las áreas. Sapag y Sapag (2008, pág. 43) indican “una de las conclusiones de este estudio es que se deberá definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto”. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto. En otras palabras, se busca determinar los requerimientos de equipos para la operación y el monto de la inversión. La descripción del proceso permitirá conocer las materias primas y las alternativas existentes para llevar a cabo el resto de las actividades relacionadas con todo lo referente al proyecto.

Sapag y Sapag (2008, pág. 43) manifiesta que: “La definición del tamaño del proyecto es fundamental para la determinación de las inversiones y los costos que se derivan del estudio técnico”. El tamaño de la producción considera el costo y los efectos relacionados con las técnicas utilizadas y el resultado de la última etapa de evaluación.

“El estudio del mercado es uno de los factores más críticos en el estudio de proyectos es la determinación de su mercado, tanto por el hecho de que aquí se define la cuantía de su demanda e ingresos de operación, como por los costos e inversiones implícitos. El estudio de mercado es más que el análisis y la determinación de la oferta y demanda, o de los precios del proyecto” (Sapag & Sapag, pág. 44), manifiestan además, que este análisis puede utilizarse para explicar la política de

distribución del producto final. Esto quiere decir la cantidad y la calidad que son los que afectaran la relación de oferta-demanda.

Otra parte importante en la evaluación del proyecto es el análisis del consumidor que tiene por objeto caracterizar a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, etcétera, para obtener un perfil sobre el cual pueda basarse la estrategia comercial. El análisis de la demanda cuantifica el volumen de bienes o servicios que el consumidor podría adquirir de la producción del proyecto. La demanda se asocia con distintos niveles de precio y condiciones de venta, entre otros factores, y se proyecta en el tiempo, diferenciando claramente la demanda deseada, de la real. Es importante tener en cuenta (Sapag & Sapag, 2008) que la principal dificultad de esta situación está en definir la demanda global y captar el proyecto, sin embargo, existen procedimientos que permiten una aproximación que la mayoría de las veces resulta confiable.

Como se expresaba anteriormente es importante que se realice una simulación precisa en la preparación del proyecto, porque entre más precisa sea menos riesgo se corre en todos los aspectos involucrados. El objetivo de cada uno de estos estudios es generar información para determinar qué tan viable es la inversión, se debe observar que tan racional es la parte económica.

Se debe estar pendiente de los cambios que tienen todos los factores involucrados para nivelarlos y cambiarlos para no provocar efectos negativos en la factibilidad y generar una mayor rentabilidad

Ahora bien, un estudio de factibilidad se establece tomando como parámetros datos aportados por:

El estudio de mercado, el cual estipula el tamaño del proyecto, la ubicación y tecnología, la oferta y la demanda; Para luego proceder a realizar el cálculo de la inversión para los costos de operación y obtener un aproximado de ingresos; Determinar las fuentes de financiamiento y la participación en el proyecto; Y, finalmente, establecer la evaluación financiera.

El estudio de factibilidad es el instrumento que sirve para la orientación a la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto de inversión y corresponde a la última fase de la etapa pre operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Este se formula teniendo como base la información que tiene el menor grado de incertidumbre, con el fin de medir las posibilidades del éxito o fracaso de un proyecto de inversión. (Miranda Miranda, 2005)

“El estudio de factibilidad de un proyecto es una herramienta que se utiliza para guiar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto, esta herramienta se utiliza en la última fase pre operativa de formulación del proyecto y sirve para identificar las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, de esta manera se podrá decidir si se procede o no a la implementación” (Labor Mexicana , 2015).

Con base a las definiciones de factibilidad, se entiende que es un mecanismo para tomar decisiones en un proyecto de inversión para determinar si puede ser viable o no.

Según Labor mexicana (2015) los principales objetivos del estudio de factibilidad son:

- Corroborar que exista un mercado potencial para cubrir una necesidad no satisfecha.
- Determinar la viabilidad y la disponibilidad de recursos humanos, materiales, administrativos y financieros.

-Demostración de la viabilidad técnica y la disponibilidad de los recursos humanos, materiales, administrativos y financieros.

-Tener muy claros los beneficios en materia financiera, económico, social y ambiental, de este modo se podrán designar recursos para la producción de un bien o la prestación de un servicio.”

Al iniciar el estudio de factibilidad se encuentra con el estudio de mercado el cual a grandes rasgos da respuesta a la aceptación del producto, precio, promoción publicidad y localización y se puede tomar la decisión de abandonar el proyecto por no encontrarlo viable, conveniente u oportuno o por el contrario mejorarlo, implementando un diseño definitivo, teniendo en cuenta las sugerencias de los diferentes analistas (Administración, 2001).

2.2.3 Viabilidad/Factibilidad

“Todo proyecto viable es factible, pero no todo proyecto factible es viable” (Baca, 2001). Un proyecto factible es aquel que es posible de realizar, en tanto un proyecto viable es aquel que puede ser sostenible, rentable económicamente.

En general, un proyecto debe primero ser factible, y luego debe demostrarse viable, que es económicamente posible, atractivo.

Viabilidad: Que existen las condiciones para su realización.

La factibilidad: Que se justifica y es posible hacerlo.” (Saurez)

2.2.4 Estudio evaluación financiera

Según Santos (Noviembre 2008) para dar resultados a la evaluación de proyectos se deben aplicar las siguientes técnicas de evaluación financieras, con el fin de identificar la viabilidad financiera del proyecto:

-El valor actual neto (VAN): “Es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión” (Morales, 2019). Para que el proyecto sea viable después de actualizar los cobros y pagos futuros de la inversión la VAN debe ser igual o mayor a cero para generar beneficios. El valor actual neto de un proyecto de inversión está dado por la diferencia del valor actual de los beneficios y el valor actual de la inversión.

-La tasa interna de retorno (TIR): “Es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto” (Arias, 2019). La TIR debe ser igual o mayor a la tasa de oportunidad, lo que quiere decir a la rentabilidad que se aspira para aceptar el proyecto.

-El periodo de recuperación de la inversión (PR): “Es un criterio para evaluar inversiones que se define como el periodo de tiempo requerido para recuperar el capital inicial de una inversión. Es un método estático para la evaluación de inversiones” (Morales, 2019). El periodo de recuperación de la inversión preferiblemente se debe obtener antes de que finalice el proyecto.

-La razón Beneficio/Costo (BC): “Mide la relación entre el coste por unidad producida de un bien o servicio y el beneficio obtenido por su venta. Este concepto se desarrolla con el mundo empresarial y de los negocios, pero también con otro tipo de actividades como son las operaciones en Bolsa” (Burguillo, 2019). El Beneficio/Costo debe ser mayor a uno, lo que quiere decir que

superan los costos y se aprueba el proyecto; Si el Beneficio/Costo es igual a uno el proyecto es factible pero no generaría ingresos. La relación beneficio/costo de un proyecto de inversión está dada por la división que hay entre el valor actual neto y el valor actual de inversión.

-Análisis de sensibilidad: “Es un término usado frecuentemente en las empresas para realizar una toma de decisiones acertadas acerca de la inversión de sus capitales, este análisis consiste en el cálculo de los nuevos flujos de caja y el VAN (valor actual neto, indicador para la viabilidad de un proyecto) en proyectos, negocios y otro. Cuando se hace un cambio en la variable (a la inversión inicial, ingresos, tasas de crecimiento, etc.) y obteniendo gracias a esto nuevos flujos de caja y un valor nuevo del VAN, se podrá hacer el cálculo de la sensibilidad y mejorar las estimaciones del proyecto que vaya a realizarse.” El análisis de sensibilidad consiste en el cálculo de los nuevos flujos de caja y el valor actual neto; cuando se hace un cambio en la variable de los precios y las unidades a vender se obtendrán ingresos positivos o negativos, el cual sirve para la toma de decisiones (Navarro, 2018).

-Costo de Capital: Es la tasa de descuento que se utiliza para descontar los flujos de caja futuros a la hora de valorar un proyecto de inversión. El cálculo de esta tasa es interesante valorarlo o es útil teniendo en cuenta tres enfoques diferentes, los cuales son: activos de la compañía, pasivos e inversores (2019). Se resume en el costo que a la empresa le implica poseer activos y se calcula como el costo promedio ponderado de las diferentes fuentes que ésta utiliza para financiarlos. El cálculo del costo de capital es importante tener en cuenta que no se considera la financiación de los proveedores de bienes y servicios, lo que se debe tener en cuenta son las obligaciones financieras, el patrimonio y el costo anual después de impuestos.

Los puntos anteriormente presentados hacen parte del estudio financiero y este parte de las proyecciones arrojadas por el estudio de mercado y de la viabilidad técnico, de gestión, ambiental, legal, se relacionan los requerimientos con las entradas y salidas de dinero y con la actualización constante de saldos. El análisis del valor en el tiempo también incluye la formulación de políticas generales para el registro contable y sirve de base para el seguimiento y control del proyecto (Mongui & Chica, 2016).

De acuerdo a las técnicas de evaluación financiera, son de gran importancia en los proyectos de inversión ya que éstos proporcionan enorme utilidad para la toma de decisiones, allí los análisis se llevan a cabo con rigurosidad, y se obtienen resultados beneficiosos o por el contrario no tanto, de allí su valor en la evaluación de los proyectos de inversión. (Pinto Prades & Abellan, 2003)

2.2.5 Estudio de mercado

La investigación de mercados o estudio de mercado nació junto con el comercio, ya que de manera informal los comerciantes hacían preguntas a sus clientes sobre sus gustos y más aún sobre la competencia. Esta investigación fue considerada como ciencia en la segunda mitad del siglo XIX. En 1911 Charles Carlin de Curtis Publishing Group funda el primer departamento de investigación de mercados (Alizaga, 2020).

En 1930 se realizó el primer estudio de mercado por el profesor Paul Lazarsfeld quien era profesor de sociología, y atendió la problemática que tenía una lavandería de la época la cual no prosperaba en su negocio, él se dedicó hacer visitas y llamadas a los clientes más fieles llegando a la conclusión que las familias que más hacían uso de estos servicios eran en las cuales había fallecido alguien, Lazarsfeld dio como solución a los propietarios enviar una carta de sus servicios a los hogares en los que recientemente hubiese fallecido uno de sus miembros y de esa manera

alivianar un poco sus cargas, ayudándoles con las tareas habituales del hogar. Esta investigación fue considerada el primer estudio de mercado como se dijo en el principio del texto (Dafevi, 2014).

El objetivo general del estudio de mercado es analizar a profundidad la problemática y de qué manera el proyecto logra mejorarla o erradicarla por completo. Para lograr un estudio de mercado completo se debe conocer los efectos causados por factores económicos, socioculturales, demográficos, tecnológicos, competitivos entre otros los cuales inciden en el futuro del proyecto. En este estudio se caracterizan los usuarios, se delimita geográficamente el lugar en el que se desarrolla el proyecto y se planifica la estrategia de comercialización más adecuada (Orjuela Córdova & Sandoval Medina, pág. 13).

El consumidor actual no es el mismo de hace 5 años, hoy el consumidor tiene el poder de decidir, por tal motivo es más difícil conocerle y más costoso venderle cualquier producto, sin mencionar la cantidad de opciones que tiene para escoger, está mejor informado sobre marcas, tendencias y sus motivos para adquirir cualquier cosa varían con frecuencia (Alizaga, 2020).

Los pasos para realizar un estudio de mercado son: la recolección de información, para esto el internet juega un papel muy importante ya que por este medio se puede consultar sobre los sectores, en revistas, y otra cantidad de datos que son importantes tener en cuenta. La observación directa, ir a al lugar y recoger datos del tráfico, observar clientes potenciales hacerles entrevistas y encuestas sobre sus gustos y lo que desea obtener. La investigación y análisis de la competencia, conocer quien está haciendo bien las cosas y quien no e identificar oportunidades de negocio, claves de éxito y tendencias de mercado (Infoautónomos, 2017).

Según Kotler (2013) el estudio de mercado es comprender en su mayoría a sus consumidores potenciales diseñando estrategias orientadas directamente a ellos, para realizar esas estrategias es importante elegir a los clientes a los cuales se servirá (pág. 9).

Se tienen ciertas relaciones con los diversos clientes entre las cuales están: las relaciones profundas, el mercado se volvió un poco más informal al obtener estas relaciones con los clientes, son un poco más interactivas por medio del avance tecnológico (correo electrónico, redes sociales, blogs entre otros, el entorno es cambiantes y por tal motivo las empresas y proyectos deben hacer uso de esas nuevas tecnologías. (págs. 17,18)

Todos los días ocurren cambios grandes y si las personas cambian, quienes los atienden también deben hacerlo lo expresa Kotler (pág. 23), las fuerzas que transforman el panorama del mercado son: el cambiante entorno económico, la era digital, el crecimiento del mercado sin fines lucrativos, y la veloz globalización. (págs. 24-29)

Según Kotler (Mar Con, 2019) para el diseño de una estrategia de marketing se debe realizar una selección de clientes a quienes se ofrecerá el servicio para así saber cuál será el segmento del mercado al que se aplicará la propuesta.

Para Kotler (Mar Con, 2019) se debe establecer dos métodos de referencia como los datos primarios que en esos se incluyen observaciones, encuestas y experimentos que pueden ser a través de cuestionarios e instrumentos mecánicos y para los datos secundarios se toma una información ya existente externa la cual se encuentra a través de fuentes comerciales o vía internet.

2.2.6 Estudio de inversión

En el libro el proyecto de inversión de Saúl Fernández Espinoza (2007) define los proyectos de inversión como: “La propuesta que surge del resultado de estudios que la sustentan y está

conformada por un conjunto determinado de acciones con el fin de lograr ciertos objetivos y su propósito es generar ganancias adicionales a los inversionistas” (pág. 15).

El ciclo de vida de un proyecto de inversión comienza con la fase de pre-inversión en la cual se formula y evalúa la posibilidad de dar solución a un problema específico, en esta fase se encuentra la identificación de las causas que generan el problema y las alternativas para resolverlo. Se generan ideas y se llega a una propuesta concreta.

Para Meza (2005) autor del libro Evaluación financiera de proyectos, la importancia de ellos radica en la creación de ideas y toma de decisiones para invertir, sus efectos dependen cien por ciento del cumplimiento y alcance de lo planteado en sus inicios, estos proyectos pueden ser originados para satisfacer necesidades individuales o colectivas, para aprovechar una oportunidad de negocio, para crecer en el mercado general, para generar un cambio en los niveles de ingreso o para estar en constante innovación.

2.2.7 Estudio socio ambiental

Como lo expresa Flores (2016) en su tesis de grado, la certificación en las normas técnicas de calidad y ambiental es de mucha importancia para la realización de un proyecto, expresa de acuerdo con el Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001: 2004 lo siguiente:

Ayuda a tener un desempeño ambiental eficaz, a controlar los aspectos del ambiente en el cumplimiento de las actividades, productos o servicios, a tener mecanismos que controlen la legislación ambiental y fomentar esto en sus clientes, proveedores y demás partes interesadas. (Flores, pág. 45)

En la actualidad la responsabilidad social y ambiental es tema de todas las empresas y la industria restaurantera no se queda atrás, como es el caso de Restaurantes Toks, una cadena

mexicana de restaurantes que se dedicó a realizar estrategias de responsabilidad social. “La alta dirección de Toks determinó el contenido y alcance del compromiso social y ambiental de la empresa como acción compartida con sus empleados, la cadena Toks adquirió una visión muy amplia y gran compromiso con la sociedad mexicana” (Camacho & Perez, pág. 7).

2.2.8 Estudio técnico

Según Urbina el estudio técnico es “aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal” (2010, pág. 7).

Para Padilla “el estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿cuánto, ¿dónde, ¿cómo y con qué producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea éste un bien o un servicio” (2011, pág. 106).

Para Sapag (2008) el estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área. Del estudio técnico se puede adquirir información como capital, mano de obra y recursos materiales para la operación del proyecto.

2.2.9 Estudio ambiental

Según la Autoridad Nacional de Licencias Ambientales ANLA, el impacto ambiental es el instrumento realizado para la toma de decisiones sobre proyectos que requieran licencias ambientales de acuerdo con la ley (ANLA, s.f.).

Se centra principalmente en el impacto del proyecto sobre el medio ambiente con el fin de minimizar deterioros causados por el proyecto tanto corto como a largo plazo y el efecto del

entorno sobre el proyecto. Existen varios instrumentos (Giraldo, 2016) que se realizan para obtener un estudio más completo entre esos están:

Estudio de impacto ambiental preliminar: se realiza para contrarrestar las acciones que puedan surgir a partir de la realización del mismo proyecto.

Estudio de impacto ambiental parcial: Incluye las obras o actividades que al ejecutarse puedan tener impacto ambiental negativo, estos pueden ser eliminados o minimizados aplicando las medidas respectivas.

Estudio de impacto ambiental detallado: Análisis de obras que puedan producir grandes impactos ambientales negativos tanto cuantitativamente como cualitativamente y ameritan un análisis más profundo.

Evaluación ambiental estratégica: Análisis de impactos ambientales acumulativos por planes y programas anteriormente realizados.

2.2.10 Estudio social

El estudio social determina el beneficio que el proyecto presta a la comunidad durante su ejecución, el más conocido es el de generar empleo, existen beneficios directos o indirectos (Mendoza, 2011).

Los proyectos de inversión siempre tendrán un impacto en la parte social de la humanidad, ya sea para la persona que lo realiza como para su entorno, si el estudio social da como resultado consecuencias y riesgos para la comunidad esto ayudará a tomar medidas con anticipación para que en el momento de ejecución de proyecto el efecto negativo sea nulo (Universidad Nacional de Colombia).

Se entiende como estudio social el que determina aspectos relevantes de la sociedad como obligación de la población, sus actividades económicas, grupos sociales más representativos y desafíos implícitos en la cultura, la participación ciudadana juega un papel muy importante y en ocasiones la participación indígena (Gestión en recursos naturales, 2019).

2.2.11 Demanda

La demanda es “la cuantía real de la demanda de un bien en un momento determinado y a un precio dado, para una población de consumidores específica, en término de sus unidades de comercialización” (Pimentel, 2008, pág. 38).

Laura Fischer define la demanda como “la cantidad de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado” (2011, pág. 146).

Según Mankiw especifica “La cantidad demandada de un bien determinado es la cantidad que de ese bien están dispuestos a adquirir los compradores” (2012, pág. 67).

2.2.12 Potencial demanda

La demanda potencial es la máxima demanda posible que se pudiera dar para uno o varios productos en un mercado determinado (kojima, 2010).

La fórmula para calcular la potencial demanda es la siguiente:

$$Q = npq = \text{POTENCIAL TOTAL DE MERCADO}$$

Donde:

n = número de compradores posibles para el mismo tipo de producto en un determinado mercado.

p = precio promedio del producto en el mercado.

q = cantidad promedio de consumo per cápita en el mercado.

2.2.13 Producto y características

Un producto según Stanton, Etzel y Walker (2007, pág. 221) es “un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, además del servicio y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea.”

Para Kotler y Armostrong (2008, pág. 199) un producto como cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Las características influyen en las compras de los consumidores como las culturales, sociales, personales y psicológicas.

2.2.14 Segmentación de mercado

Para Kanuk (2001, pág. 27) la segmentación de mercado como su propio nombre lo indica se trata de dividir en subconjuntos teniendo en cuenta las características o necesidades que se tengan y de allí seleccionar cuál de éstas es la que se va a mejorar con el proyecto. Para realizar un correcto análisis al segmentar el mercado se deben tener en cuenta ciertas maneras para hacerlo: la segmentación descriptiva es la que se basa en las características socio demográficas del cliente, también se tiene la segmentación por beneficios buscados que es directamente lo que el cliente necesita, el estilo de vida influye ya que en ocasiones importa más para adquirir ciertos productos, y el comportamiento de cada cliente al momento de realizar su compra, que siente, las emociones que experimenta (Benitez, 2017).

Gracias a la segmentación de mercados los consumidores son alcanzados más eficiente y eficazmente con productos que satisfacen sus necesidades únicas (Universidad Nacional de Misiones, 2014, pág. 36) .

Hace más de 200 años Adam Smith dijo “a medida que aumenta el tamaño del mercado, así debe hacerlo el grado de especialización” (Smith, 1776) esto quiere decir que solo con copiar o mejorar algún servicio no da la certeza de mantener vigente en el mercado y mucho menos ser de preferencia para los usuarios, es necesario entrar y a sus mentes, saber que quieren y como lo quieren y esa es la finalidad de la segmentación.

2.2.15 Análisis de datos

El análisis de datos consiste en la realización de operaciones a la información que el investigador obtuvo por medio de entrevistas, notas, observación entre otras maneras, existen dos grandes formas en las que se pueden presentar estos análisis: cualitativamente que se expresa en forma verbal o gráfica y la cuantitativa que es de forma numérica. (Técnicas de Investigación Educativa G38, s.f.)

Como se menciona antes no solamente existe la técnica cuantitativa para realizar este análisis, si se realiza una entrevista para recolectar datos lo más importante es la organización de estos para que de esa manera puedan ser interpretados, agrupados y obtener conclusiones enriquecedoras. La mayor preocupación al recopilar datos es la veracidad y fiabilidad de estos, entendiéndose por fiabilidad como información única y no repetida (Question Pro, 2020).

Los datos deben arrojar información concreta (Ramirez, 2016) que ayude a dar respuesta a la problemática inicialmente expresada, si los datos obtenidos no concuerdan con el problema este debe ser evaluado nuevamente y ver la posibilidad de apuntarle a la problemática que arrojan los

datos obtenidos, esta decisión es de la persona que realice la investigación o evaluar nuevamente el instrumento de recolección de datos para que sea más explícito en los datos y conclusiones que se quiere obtener, este instrumento debe ser evaluado por profesionales que conozcan sobre estudio de mercados para ser más exactos en sus resultados.

3. CAPITULO 3

3.1 Metodología

Se adoptó una metodología mixta, ya que de esta forma se puede abarcar diferentes ámbitos que son vitales para la creación de este restaurante. Las diferentes metodologías que se aplicaron al proyecto fueron: cualitativa que se basa en “el análisis de cada situación relacionada con el comportamiento entre las personas, la conducta radica en la relación con el entorno, experiencias, conocimientos y contextos que, muchas veces, se escapan de nuestro control” (Sinnaps, 2019).

Para la realización del estudio de mercadeo se tuvo planeado salidas de campo (Investigación de campo) durante un mes, entre mediados de noviembre y mediados de diciembre del 2019, y el día sábado 22 de junio 2019, en el cual se pretendió observar los comportamientos de los habitantes

del municipio y de ahí abordarles con las respectivas encuestas, éstas se realizaron mediante un cuestionario estructurado y validado por un especialista de la Cámara de Comercio de Manizales, con la certeza de que este instrumento arrojara las respuestas que se necesitaban para determinar la factibilidad, también tener más claridad sobre qué es lo que esperan del restaurante de comida saludable, si es viable y bien aceptado por ellos.

En cuanto a la metodología cuantitativa “es un procedimiento que se basa en la utilización de los números para analizar, investigar y comprobar tanto información como datos. La investigación o metodología cuantitativa se produce por la causa y efecto de las cosas” (Sanz, 2017), luego de obtener la información; producto de la observación y las encuestas realizadas, se hizo su respectivo análisis, en el cual se evaluó la posible oferta y demanda.

3.2 Tipo de investigación

La investigación es de tipo prospectiva – explicativa, pasando en sus etapas de descripción y análisis.

Se dice que un estudio es prospectivo cuando se realiza como en este caso a través del tiempo, cuando se establece un horizonte de tiempo para la estimación en un tiempo futuro de cinco años. Para Pérez y Gardey (2015) la prospectiva anticipa escenarios que se desarrollarán, permite realizar una planificación y actuar en sintonía con aquello que va a ocurrir.

Es explicativa, en el sentido que se le irá dando interpretación y análisis a los datos recogidos. La investigación explicativa permite aumentar la comprensión sobre determinado tema, aunque no ofrece resultados concluyentes se puede encontrar razones por las cuales ocurre el fenómeno o problemática, utiliza recolección de datos secundarios como fuente de información, permite una amplia comprensión del tema perfeccionando las preguntas de investigación (Question Pro, 2020).

Descriptiva, porque permite caracterizar a la demanda potencial para este estudio. El principal objetivo de esta investigación es llegar a conocer las investigaciones sobre situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas, se recogen datos e información de manera cuidadosa y luego se analizan minuciosamente los resultados (Van Dalen & Meyer, 2006).

3.2.1 Población y muestra

3.2.1.1 Población

A través del censo realizado en el Municipio de Villamaría (Gobierno Digital, 2018), se pudo identificar que Villamaría, lugar donde se pretende ubicar el Restaurante de comida saludable contaba para el año 2018 con 56.843 habitantes donde se estima que el segmento potencial a disfrutar de los servicios del restaurante de comida saludable “Healthy Food” se ubica en las edades comprendidas entre 20 a 80 años, representando un 62% del total de la población, es decir 35.243 habitantes.

3.2.1.2 Muestra

Siendo la población objeto de este estudio de 35.243 habitantes que residen en la ciudad de Y estimando una participación del mercado del 20%, además de tener un margen de error del 5% se estima que la muestra sería de:

N 35.243

Z 1,96

P 0,5

Q 0,5

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

n= 194

E 0,07

Lo que arroja una muestra de 194 habitantes en las edades comprendidas entre 20 a 80 años.

La selección de la muestra se hizo de forma aleatoria, entre trasentes que estuvieran de acuerdo con participar en la encuesta.

3.2.2 Fuentes de información

3.2.2.1 Fuente de información primaria.

La presente investigación se acudió a fuentes de información primaria, acudiendo a una investigación de campo donde se contactó directamente con las unidades de análisis y potenciales demandantes del servicio para conocer sobre aspectos relacionado con la apertura del restaurante y acerca de la comida saludable. Para ello se elaboró un instrumento de recolección de la información estructurado y validado por expertos.

3.2.2.2 Fuente de información secundaria

En este estudio se recurrió a fuentes secundarias, tales como:

Revistas especializadas;

Fuentes de información de la competencia e internet.

3.2.3 Técnicas de recolección de información

Se acudió inicialmente a una investigación bibliográfica sobre los tópicos a tratar en este estudio como lo son: Evaluación de proyectos, creación de empresa y comida saludable. Luego de haber realizado la indagación al respecto se procedió a elaborar un cuestionario de 11 preguntas, tendientes a conocer gustos y preferencia de los consumidores, así como el nivel de aceptación que pudiera tener la creación de esta empresa.

De igual forma, se utilizó la observación y la entrevista para conocer la percepción que se tiene al respecto. Estos dos métodos compilados nos dieron por resultado el entendimiento y análisis más a fondo del entorno del proyecto. Segmento del mercado

La mayoría de la población de Villamaría adquieren enfermedades y ansiedad por comidas perjudiciales para su salud; por este motivo el servicio y los productos estarán dirigidos a las personas entre 20 y 80 años, estratos del 1 al 6, con capacidad de costear los platos fuertes y complementarios que se adquirirán allí, aunque cabe aclarar que no se requieren ingresos altos. Además, se ofrecerán diversos platos para cada gusto y excelente servicio con el fin de generar buenos hábitos alimenticios y empleo para la del instrumento para recolectar los datos

El instrumento que se utilizó para realizar el estudio de mercados fue la encuesta, la cual fue elaborada por una profesional de Mercadeo Nacional e Internacional graduada de la Universidad de Manizales, brindándonos su colaboración al crear preguntas que fueran contundentes y precisas en la identificación de la viabilidad del proyecto.

La encuesta fue realizada en el parque principal del municipio de Villamaría, con una jornada de 10:00 am a 5:00 pm del día sábado 22 de junio; y con un refuerzo de varios días durante un mes, entre el mes de noviembre y diciembre de 2019, en la cual se obtuvo una buena disposición por partes de los habitantes del sector y se logró el objetivo principal, el cual era recolectar información valiosa para determinar la viabilidad del estudio de mercado. Procedimiento utilizado para el análisis de los datos

Para establecer las características de una alimentación saludable y su percepción social, se apoyó en el método descriptivo, ya que este permitió describir el comportamiento, gustos, actitudes y la posible aceptación por este tipo de comida.

Se hizo una investigación de mercado para lo cual se diseñó la estrategia a seguir para alcanzar el objetivo de esta que era el de responder si había aceptación ante la apertura de un restaurante de comida saludable en Villamaría-Departamento Caldas, Colombia.

Se hizo una revisión documental, referida en la permanente consulta por medio del internet, normas, y actualizaciones en temas legales, ambientales y técnicos en cuanto al sector terciario, que se basa en la prestación de servicios, investigaciones previas realizadas en otros proyectos sobre esta problemática.

Por último, se realizó la evaluación financiera o también llamado estudio económico-financiero, el cual muestra cada uno de los flujos necesarios para llevar a cabo el proyecto. Entre los flujos tenemos: egresos e ingresos iniciales, vida útil del proyecto, tasa de descuento, valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), el periodo de recuperación de la inversión (PR), beneficio-costo y los egresos e ingresos finales. (Santos, 2008). Para la presentación de la evaluación financiera se realizó un informe detallado para presentar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

Tomando como base la metodología del proyecto “Proyecto de inversión para la creación de un restaurante de dietas variadas en la ciudad de Guayaquil” en la página 31 se puede observar que el estudio de mercado aplicado al proyecto se basó en el método de encuestas, el cual lo definen como una investigación concluyente. (Pesantes Pincay, Uzcategui Garcia, & Succety Gonzales, 2010).

Encuesta:

HEALTHY FOOD

Objetivo: Conocer por medio de este cuestionario la percepción que tiene la población de Villamaria frente al proyecto del Restaurante de comidas saludables "Healthy Food" con el fin de analizar sus necesidades y aportes a la Investigación de mercados.

NOMBRE: _____

1. ¿Consume usted comida saludable?

- a. Si
- b. No

¿Por qué razones no le gusta?

- a. Porque su sabor no es igual
- b. Porque prefiere comer comida grasosa

2. ¿Con que frecuencia consume comida saludable?

- a. siempre
- b. ocasionalmente
- c. Nunca

3. ¿Le gustaría cambiar su estilo de alimentación?

- a. Si
- b. No
- c. Tal vez

4. ¿Porque motivo se dirige a un restaurante de comidas saludables?

- a. Estilo de vida
- b. Salud
- c. Buena nutrición

Imagen 1

5. ¿Cada cuánto comes verduras a la semana?
 - a. 1 o 2 veces
 - b. 3 o 4 veces
 - c. 5 o 6 veces

6. A la hora de ingresar a un restaurante, se fija en:
 - a. Imagen
 - b. El servicio
 - c. Los precios

7. De los siguientes alimentos saludables ¿cuál consume con frecuencia?
 - a. Frutas y verduras
 - b. Productos Integrales y cereales
 - c. Vitaminas y proteínas

8. ¿Ha comido o le han mandado a comer comida saludable por aspectos médicos?
 - a. Si
 - b. No

9. ¿Cuánto dinero está dispuesto a pagar por un plato de comida saludable?
 - a. 10.000
 - b. 15.000
 - c. 20.000

10. ¿Considera importante la creación de un restaurante saludable en el municipio de Villamaria?
 - a. Si
 - b. No

Imagen 2

4. CAPITULO 4

4.1 Estudio de mercado

Nuestro estudio de mercado es una breve recopilación de los pasos expuestos por el autor Philip Kotler para tener más claridad sobre cada proceso que se realizó para llegar a los resultados obtenidos:

Problema y objetivos de investigación:

El objetivo principal de este estudio de mercado fue determinar la factibilidad, viabilidad, aceptación y creación de la empresa por medio de una observación y una encuesta estructurada, con el fin obtener un contexto más amplio y profundo de gustos, pensamientos, preferencias, comportamientos, estilos de vida, internos culturales y costos a ofrecer en el proyecto.

El problema principal que se evidencia, es el sobrepeso y obesidad en la Población de Villamaría, teniendo en cuenta que en el municipio no se cuenta con varios establecimientos para cubrir el total de la demanda.

Plan de investigación para recopilar información:

Con el instrumento aplicado a los habitantes (encuesta) se pretendió obtener y almacenar la mayor cantidad de información sobre la problemática anteriormente expuesta, de muy fácil entendimiento y preguntas claves que arrojarían resultados pertinentes para la toma de decisiones de este estudio.

Análisis de datos:

Luego de haber aplicado las encuestas se procedió a proyectar los resultados de acuerdo a las respuestas adquiridas por los habitantes.

El estudio de mercado arroja resultados sobre las necesidades de los clientes potenciales para este proyecto, al realizar las encuestas y este estudio en su totalidad se pudo tener una panorámica más clara sobre todo aquello que el mercado demanda y propiciar de esa forma la solución a las necesidades de la comunidad.

De acuerdo con los resultados obtenidos con la encuesta instrumento de recolección de datos dirigida a personas del Municipio de Villamaría se da a conocer sus criterios en cuanto a la alimentación que esta población tiene. Cabe recordar la metodología de la encuesta realizada a 194 personas con un margen de error del 5%.

Se identificó sobre un porcentaje de 194 personas que el 66,20% consume comida saludable, y lo hacen ocasionalmente; teniendo en cuenta que la comida que más consumen son las frutas y verduras. También se pudo analizar que el 43,66% se dirige a un restaurante de comida por aspectos de salud; el 54,93% de las personas les gustaría cambiar su estilo de alimentación, al igual se fijan principalmente en el servicio que se ofrece en dicho restaurante. Aunque la mayoría de las personas no consumen alimentos saludables por aspectos médicos; si no porque consideran que este tipo de alimentos ayudan a evitar enfermedades y a mantener un cuerpo sano. Por otro lado, el 47,89% de las personas encuestadas afirman que están dispuestos a pagar 15.000 por los platos que se ofrecen; ya que se ajustan a su presupuesto.

Además, el 63,38% considera que es importante la creación de un restaurante de comida saludable ya que cubre una necesidad primordial como lo es la alimentación puesto que en el municipio de Villamaría solo existe un restaurante por ende no cubre toda la población.

Se pudo observar que en la población de Villamaría las mujeres son las que más consumen comida saludable ya que ellas les gustan cuidar su imagen y llevar un estilo de vida saludable.

4.1.1 Producto, características del producto

El restaurante Healthy Food brindará un menú muy completo ya que ofrecerá un plato fuerte con gastronomía sin grasas, sin colesterol, muy saludable; adicionalmente se ofrecerá bebidas a base de agua mineral, muy refrescante: se considera que hay personas que no toleran la leche pura y tampoco en jugos. Además, para complementar su alimentación se implementará un postre igual de saludable al plato fuerte con diferentes sabores de acuerdo con los gustos que tiene el cliente; con el fin de satisfacer al consumidor.

Los platos que se ofrecerán en el restaurante son los siguientes:

- ❖ Crepes saladas rellenos de pollo y verduras.



Imagen 3

- ❖ Pechugas de pollo con limón y hierbas aromáticas.



Imagen 4

❖ Verduras estofadas sin grasa:



Imagen 5

❖ Burritos vegetarianos:



Imagen 6

❖ Albóndigas de pavo y champiñones:



Imagen 7

❖ Pechuga de pollo a la naranja



Imagen 8

- ❖ Espaguetis a la carbonara de aguacate



Imagen 9

- ❖ Ensalada de tortellini con aliño cremosos de yogur



Imagen 10

❖ Paella valenciana:



Imagen 11

❖ Salmón al horno en papillote



Imagen 12

- ❖ Smoothie de frutos rojos y mango



Imagen 13

- ❖ Smoothie de piña, mango y agua de coco



Imagen 14

❖ Lassi de pomelo, jengibre y cúrcuma



Imagen 15

❖ jugos naturales al gusto.

4.2 Demanda

Los productos alimenticios tienen gran demanda en la población de Villamaría, Caldas ya que satisfacen una necesidad básica de la persona como lo es su alimentación. El proyecto busca llegar al cliente con servicios alimenticios sanos, aportando a evitar enfermedades por una mala alimentación, con esto se busca lograr la satisfacción de los posibles clientes.

El proyecto va dirigido a las personas entre 20 y 80 años que deseen cambiar su estilo de vida, disfrutar de las comidas saludables con el fin de que el cuerpo funcione de manera saludable, minimizando el riesgo de padecer enfermedades como lo son: la diabetes, el cáncer, la obesidad entre otras.

4.3 Potencial demanda

La población del municipio de Villamaría, Caldas es de 56.303 (mil) personas según censo del 2018 de la Alcaldía de Villamaría, las mujeres representan el 52,03% total de la población es decir 29.296 mujeres, por otro lado, los hombres representan el 47,97% total de la población es decir 27.007.

La demanda potencial se obtiene del total de hombres y mujeres que se encuentran en un rango de edad entre 20 y 80 años el cual es 35.243 (mil) dividido el 20% que representa los habitantes entre este rango posibles consumidores de los alimentos del restaurante lo cual da como resultado 7.049.

Formulo demanda potencial: $35.243/20\% = 7.049$

5. CAPITULO 5

5.1 Localización

El restaurante Healthy Food estará ubicado en el municipio de Villamaría-Caldas en el barrio la Pradera. El sitio cuenta con múltiples vías de acceso y completo servicio de transporte público; es un área reconocida por el comercio, restaurantes y varios negocios, el cual presenta un alto flujo de personas.

Ubicación: Calle 4, Caseta # 4

Zona: La pradera

Municipio: Villamaría

Departamento: Caldas



5.2 Estudio técnico

Legislación comercial

Constitución de la empresa y aspectos legales

El restaurante Healthy Food es una microempresa que se dedica a las actividades alimenticias, cuenta con 3 empleados y tiene una estructura organizacional muy básica. De acuerdo con lo relacionado con la actividad de la empresa, el restaurante será una empresa perteneciente al tercer sector de la economía de Colombia, el sector de servicios. También engloba todas aquellas actividades económicas que se relacionan con la transformación industrial de alimentos.

Se considera una sociedad limitada, estará constituida por mínimo un socio, limitada ya que la administración se le delega a uno de los socios. Se manejarán aportes de socios, pero aclarando que cada uno de ellos administra y responde por su parte y es benéfica ya que al momento de haber falencias o algún tipo de problemas estos no se ven afectados monetariamente ya que solo responderán por el monto que aporten a la empresa.

El objeto social de la empresa es la producción de alimentos dietéticos con ingredientes especiales elaborados para brindar al cliente un buen servicio y satisfacer sus necesidades en la alimentación saludable, para de esta manera lograr su fidelización y así la atracción de nuevos clientes al restaurante.

Los requisitos para abrir un establecimiento gastronómico, basado en un boletín expedido por la Cámara de Comercio de Bogotá (Cámara de Comercio de Bogotá , 2016) son los siguientes:

1. Matricula mercantil
2. Certificado Sayco & Acinpro
3. Registro Nacional de Turismo
4. Concepto sanitario
5. Uso de suelos, intensidad auditiva, horario
6. Inscripción en el RUT
7. Inscripción en el RIT
8. Certificado de manipulación de alimentos.

Normatividad: Legislación Sanitaria

- Decreto 3075 de 1997.
- Ley 09 de 1979.

- Decreto 37308 Reglamento para los Servicios de Alimentación al Público
- Decreto 37325. Reglamento de Coordinación Interinstitucional para la Verificación del Cumplimiento de los Reglamentos Técnicos en Alimentos
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS- USNA 001, Preparación de alimentos de acuerdo con el orden de producción. 2015
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS- USNA 002, Servicios de alimentos y bebidas de acuerdo con estándares técnicos. 2015
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS- USNA 003, Control en el manejo de materia prima e insumos en el área de producción de alimentos conforme a requisitos de calidad. 2016.
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS- USNA 011, Buenas prácticas para la prestación de servicio en restaurantes. 2012. (Hoyos, 2011)

5.3 Evaluación socio-ambiental

5.3.1 Impacto ambiental

El impacto ambiental del restaurante Healthy Food es provocado por la contaminación de residuos peligrosos o no, provocados por la fabricación de los alimentos, por lo tanto, se identificaron cuáles son los aspectos que provocan dicho impacto y se plantearon estrategias que ayudaran a minimizar cada uno de estos.

Desechos del restaurante: Todos los restaurantes tienen desechos, en su mayoría desechos reciclables, ya que son alimentos que no han sido utilizados o consumidos.

Químicos: Se utilizan productos para el aseo del restaurante, como líquidos y demás para limpiar las mesas, los pisos, etc. si estos productos son químicos, contaminan el medio ambiente.

Iluminación: En el restaurante generalmente se utiliza mucha luz, ya que es necesaria en los procesos para prestar el servicio, se utilizan focos en la mayoría de áreas, que pueden afectar el ambiente.

Humo y gases: Para la preparación de alimentos es necesario utilizar electrodomésticos tales como estufas, hornos y asadores que generan escapes de gas butano que causan de cierta manera contaminación en el ambiente. También el humo generado por estos electrodomésticos se puede considerar perjudiciales.

Ruidos: En el día a día de un restaurante es común el exceso de ruidos internos causado por los utensilios de cocina, electrodomésticos y de igual forma externos que son generados por el tráfico de la ciudad.

Olores: Para llevar a cabo el objeto social del restaurante es necesaria la preparación de alimentos que por lo general expiden ciertos olores que en ocasiones pueden ser incómodos tanto para los clientes como para los trabajadores.

Estrategias:

- Para disminuir estos desechos provocados por el restaurante, se deberá clasificar los desechos en orgánicos y no orgánicos, con los desechos inorgánicos se podrá reciclar o reutilizarlos en el restaurante.
- Para los desechos orgánicos también se puede seleccionar los que no han sido consumidos, estos serán usados para la producción de más alimentos para donarlos a una entidad de la localidad lo cual será expuesto más adelante, para los desechos orgánicos que hayan sido utilizados y que estén en mal estado, por medio de un biogestor transformar estos restos en abono, lo que servirá

para fertilizar un hueco biológico, en el que se pueda cultivar frutas y verduras.

- En cuanto a los químicos, los productos que se utilizan para el aseo del restaurante, se podría reemplazar estos productos químicos por productos biodegradables y ecológicos, que no contengan olores fuertes ni características que perjudiquen el medio ambiente, pero tampoco el del restaurante, así como los alimentos, evitar los procesados ya que en estos procesos se añaden muchos químicos.

- Para evitar la contaminación lumínica producida por los focos utilizados en la mayoría del restaurante, se usarán focos ahorradores, estos proporcionan unos flujos luminosos igual que los normales, pero con un menor consumo de energía, consumen hasta un 80% menos de energía, producen más luminosidad y duran más tiempo. Además, hay variedad de ellos para adaptarlos dependiendo el lugar donde se instale.

- Para la eliminación de los diferentes humos y gases se hará uso de la campana de humo la cual está situada en la parte superior de los electrodomésticos que generan estos humos y gases, su función es atrapar la grasa en suspensión en el aire, los productos de combustión, el humo y el vapor del aire mediante una combinación de filtrado y la evacuación del aire.

- Con el fin de matizar los ruidos en el interior del restaurante se debe ubicar la cocina en un lugar que tenga una distancia prudente de las mesas y con una infraestructura adecuada para que el paso del ruido sea menor, con respecto al ruido producido por el tráfico no se puede dar una estrategia para mejorar puesto que es algo ajeno al restaurante.

- Una estrategia que permita la eliminación de olores causados por la elaboración de los alimentos es incorporar extractores en la parte superior de los asadores y estufas con el fin de combatir los malos olores y generar un ambiente más agradable e higiénico.

5.3.2 Impacto social

Nuestro impacto social consiste en la donación de comida a una fundación, esta comida será el restante de la producción de todos los días del restaurante, se donará el 100% de la comida restante la cual este en buenas condiciones con el fin de que los platos restantes los consuma las personas necesitadas que se encuentren alojadas en la fundación.

La entidad que se verá beneficiada será la Fundación PASTORAL SOCIAL “CARITAS ARQUIDIOCESANA” ubicada en la ciudad de Manizales Cll 45 24 B-50. Esta fundación brinda un apoyo social a los habitantes de la calle, satisface el hambre, promueve las relaciones humanas, agrupa y regula las distintas obras sociales a su cargo; es por ello que se decidió apoyar esta fundación, porque su gran necesidad y razón social es el de la alimentación. Por lo tanto, el restaurante Healthy Food quiere contribuir a esta fundación en cuanto a la alimentación aportando un bienestar a las personas que se encuentran en esta.



Con la creación del Restaurante “Healthy Food” además de las donaciones anteriormente mencionadas, se generarán 2 empleos directamente e indirectamente con los proveedores del

mercado de frutas, vegetales, personas que realicen aseo al lugar y lo mantengan en óptimas condiciones para prestar el mejor servicio, las empresas de servicios públicos como luz, agua, gas, servicios de internet y telefonía. Empresas de muebles y decoración en el momento de hacer el montaje del restaurante.

El impacto a los habitantes del sector al prestarles el servicio de una excelente alimentación saludable a buenos precios, sin incomodarles en su vida diaria con contaminación tanto auditiva, visual como ambiental.

6. CAPITULO 6

6.1 Discusión

El restaurante Healthy Food es una microempresa que se dedica a las actividades alimenticias, cuenta con 5 empleados y tiene una estructura organizacional muy básica. El restaurante será una empresa perteneciente al tercer sector de la economía de Colombia, el sector de servicios. También engloba todas aquellas actividades económicas que se relacionan con la transformación industrial de alimentos.

El objetivo principal de esta investigación fue evaluar la factibilidad de apertura un restaurante en el municipio de Villamaría-Caldas, con la misión de ofrecer a sus consumidores un producto de alta calidad y a su vez saludable, utilizando los estándares de higiene y servicio.

Luego de haber analizado a los diferentes autores citados en la base teorica del estudio de factibilidad, se puede concluir que es la agrupacion de varios estudios los cuales deben ser positivos para cumplir así su objetivo principal y tomar la decisión de continuar con el proyecto.

De acuerdo a las diferencias que se establecieron en el marco teorico sobre viabilidad y factibilidad se determina que el proyecto Healthy Food es viable y factible, puesto que el proyecto dará ingresos y se puede ejecutar.

Según lo dijo Pinto Prado (2003) en las paginas anteriores, la teoría de la VAN debe dar como resultado igual o mayor a cero, para que el proyecto sea rentable. Para el caso de la TIR el resultado debe dar por encima a la tasa de oportunidad, y el beneficio costo si es mayor a 1; en el proyecto

En cuanto al estudio de inversión se realizaron los cálculos necesarios para evaluar la factibilidad del proyecto arrojando resultados positivos y generando beneficios a lo largo de los años de vida del proyecto.

Por último se tiene el estudio socio ambiental, en el cual se evaluó cada aspecto en el que el proyecto podría afectar el ambiente y la parte social del Municipio de Villamaría, proponiendo certificaciones en normas técnicas de Gestión y además donaciones lugares que lo necesitan, este aspecto genera empatía con cada uno de los clientes potenciales.

7. CAPITULO 7

7.1 Presentación proyecto

El restaurante Healthy Food surge de la necesidad de brindar diversas opciones de alimentación para aquellas personas que desean tener un estilo de vida más saludable, el cual va dirigido a la comunidad de Villamaría-Caldas. El proyecto nace a raíz del crecimiento económico y poblacional de la ciudad, la industria restaurantera en particular muestra un aumento de establecimientos importante con la peculiar distinción de no existir una gran variedad en el tipo de productos que se ofrecen, por lo que se desea aprovechar una oportunidad de mercado introduciendo un concepto distinto a lo ya existente.

Healthy Food busca posicionarse de una forma exitosa en el mercado puesto que Colombia posee gran variedad de gastronomía en la cual se pueden ofrecen platos con diferentes características, por ende, estos platos no llevarían ni harinas ni grasa, ya que consumida en exceso puede generar algunos problemas en la salud.

A continuación, se realizan los estudios financieros pertinentes para evaluar y determinar la viabilidad y factibilidad del proyecto Healthy Food.

7.2 Imagen corporativa



7.3 Misión:

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes brindando alimentos saludables con la más alta calidad para potenciar la buena alimentación en los ciudadanos del municipio de Villamaría y sus alrededores.

7.4 Visión:

Para el año 2025 ser la empresa más reconocida en el departamento de Caldas que brinde los mejores productos con los mayores estándares de calidad y bienestar a los usuarios.

7.5 Valores corporativos:

- Integridad
- Responsabilidad
- Honestidad

- Trabajo en equipo
- Innovación

7.6 Estructura organizacional:



8. CAPITULO 8

8.1 Informe financiero

El estudio financiero se hace necesario para toda empresa independientemente de su tamaño para conocer su situación financiera actual y poder estimar o proyectar la futura. Para ello, se hace necesario medir, registrar, controlar las transacciones y los recursos en lo que se le conoce como los estados financieros.

Los estados financieros son informes o estudios que utilizan las grandes y pequeñas empresas para definir la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado. Esta información resulta beneficiosa para los accionistas, acreedores o propietarios de las empresas u organizaciones.

La mayoría de estos informes establecen la ganancia final y son elaborados de acuerdo con principios y leyes que rigen la contabilidad y generalmente son aceptados por las normas contables o normas de información financiera.

En este estudio se partirá por la Inversión inicial y la estimación para un horizonte de cinco (5) años donde se pretende evaluar el desempeño esperado del proyecto estudiado y para ello han de calcularse distintos presupuestos que serán recogidos por el Balance general o situación financiera de la empresa y los estados de resultados, además del flujo de caja neto, herramienta importante para aplicar las diversas técnicas para su evaluación financiera (VPN, TIR, B/C, entre otros).

INVERSION INICIAL

Cuando se proyecta un negocio, se debe realizar en primer lugar una inversión, la cual tiene como objetivo principal determinar los valores de los recursos necesarios tales como Activos Fijos,

Diferidos, capital de trabajo y el valor de la inversión requerida para la ejecución del proyecto o de la idea de negocio y así garantizar su buen funcionamiento y utilidades positivas.

En el cuadro 1 se muestra claramente la estimación financiera de los recursos mencionados anteriormente, donde se puede observar el valor total de la inversión inicial por un valor total de (\$49.377.679,77), donde se financiará el 39,94% equivalente a ese ítem con un valor de (\$19.377680,00) en un plazo de 60 meses.

Inventario Inicial en Pesos			
Item	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
ACTIVOS FIJOS			
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio	1	\$ 896.070,00	\$ 896.070,00
Modulo de recepción	1	\$ 1.050.000,00	\$ 1.050.000,00
Silla de escritorio	1	\$ 1.814.750,00	\$ 1.814.750,00
Archivador	1	\$ 310.000,00	\$ 310.000,00
Sillas comedor	24	\$ 100.000,00	\$ 2.400.000,00
Mesas	6	\$ 300.000,00	\$ 1.800.000,00
Total Muebles y enseres			\$ 8.270.820,00
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			
Portatil	1	\$ 4.347.014,00	\$ 4.347.014,00
Multifuncional			\$ -
Total equipos de computo y comunicaciones			\$ 4.347.014,00
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Nevera de dos puerta	1	\$ 3.499.900,00	\$ 3.499.900,00
Registradora	1	\$ 2.280.000,00	\$ 2.280.000,00
Total Maquinaria y equipo			\$ 3.499.900,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS			\$ 16.117.734,00
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			
Registro mercantil Cámara de Comercio	1	\$ 91.800,00	\$ 91.800,00
Escrituración	1	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00
Higiene y Sanidad			\$ -
Bomberos	1	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
Manipulación de Alimentos			\$ -
Capacitación Higiene de local			\$ -
Total Gastos de Constitución			\$ 1.321.800,00
ACTIVOS NO SE DEPRECIAN			
Vajillas	6	\$ 49.900,00	\$ 299.400,00
Cosedora	1	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
Calculadoras	1	\$ 180.000,00	\$ 180.000,00
			\$ -
Licuadora	1	\$ 220.000,00	\$ 220.000,00
Exprimidor	1	\$ 160.000,00	\$ 160.000,00
Procesador de comida			\$ -
Manteles	6	\$ 100.000,00	\$ 600.000,00
Total Activo no se deprecian			\$ 1.479.400,00
ACTIVOS INTANGIBLES			
Licencia de venta de alimentos			\$ -
Total intangibles			\$ -
PUBLICIDAD PREOPERATIVA			
Página web			\$ 1.000.000,00
Televisión			\$ -
TOTAL PUBLICIDAD PREOPERATIVA			\$ 1.000.000,00
SEGUROS			
Seguro contra todo			\$ -
Total seguro			\$ -
Total Activo Intangible			\$ 3.801.200,00
TOTAL ACTIVO			\$ 19.918.934,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			\$ 30.028.171,57
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			\$ 49.947.105,57
PORCENTAJE DE INVERSIÓN A FINANCIAR			40%
NUMERO DE CUOTAS			60,00
CUOTAS			\$ 499.973,22

Cuadro 1. Inversión inicial requerida en Pesos

Fuente: Elaboración propia

BALANCE GENERAL INICIAL

El balance inicial es aquel cálculo que se realiza al momento de iniciar una empresa o un negocio, en el cual se registran los activos, pasivos y patrimonio con que se constituye e inician operaciones.

Balance General Inicial Sin Financiación

En el cuadro 2 se observa como la empresa cuenta con la capacidad de atender los requerimientos necesarios para la iniciación de empresa, reconociendo que cuando un proyecto se inicia, se requiere que los socios aporten un porcentaje equitativo, en este caso cada socia aporta el 50% para un valor final del 100% que equivale a la inversión total.

PERIODO	AÑO 0
ACTIVOS:	
CAJA	\$ 30.028.171,57
CUENTAS POR COBRAR	
ACTIVOS FIJOS	\$ 19.918.934,00
DEPRECIACION ACUMULADA	
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 49.947.105,57
PASIVOS:	
C X P PROVEEDORES	
IMPUESTOS POR PAGAR	
OBLIGACIONES FINANCIERAS POR PAGAR	\$ 0,00
TOTAL DE PASIVOS	
PATRIMONIO:	
CAPITAL	\$ 49.947.105,57
UTILIDAD DEL EJERCICIO	
UTILIDADES RETENIDAS	
TOTAL PATRIMONIO	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 49.947.105,57

Cuadro 2. Balance General sin Financiamiento

Fuente: Elaboración propia

Balance General Inicial Con Financiación

El Balance inicial con financiación se observa que la empresa debe contemplar la opción de financiar un porcentaje de la inversión inicial, utilizando apalancamientos los accionistas tendrían que aportar \$30.000.000 mientras que el monto a solicitar para préstamo sería de \$ 19.947.105,57, equivalente al 39,94% del total de la inversión y el cual se conseguirá a través del Banco Davivienda, con el instrumento de crédito express libre inversión a 60 cuotas, a una tasa EA 18,45%.

PERIODO	AÑO 0
ACTIVOS:	
CAJA	\$ 30.028.171,57
CUENTAS POR COBRAR	
ACTIVOS FIJOS	\$ 19.918.934,00
DEPRECIACION ACUMULADA	
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 49.947.105,57
PASIVOS:	
C X P PROVEEDORES	
IMPUESTOS POR PAGAR	
OBLIGACIONES FINANCIERAS POR PAGAR	\$ 19.947.105,57
TOTAL DE PASIVOS	
PATRIMONIO:	
CAPITAL	\$ 30.000.000,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	
UTILIDADES RETENIDAS	
TOTAL PATRIMONIO	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 49.947.105,57

Cuadro 3. Balance General inicial con financiamiento

Fuente: Elaboración propia

DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS

La depreciación es el ítem mediante el cual se determina el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él. Cuando un activo fijo ya sea muebles y enseres, equipos de cómputo y

comunicación, maquinaria y equipo, vehículos y terrenos es utilizado para generar ingresos, este sufre un desgaste normal sea mensual y anual durante su vida útil.

La depreciación de los activos y para cada año, se calcula mediante la división del valor total del activo y el número de años de vida útil, para el caso la vida útil del cada activo será de 5 años.

PERIODO	AÑO 0	DEPRECIACIÓN	MONTO ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	\$ 8.270.820,00	5	\$ 1.654.164,00
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 4.347.014,00	5	\$ 869.402,80
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 3.499.900,00	5	\$ 699.980,00
TOTAL INV. INICIAL PLANTA PROCESOS	\$ 16.117.734,00		\$ 3.223.546,80

Cuadro 4. Depreciación de la inversión en activos fijos para planta de procesos

Fuente: Elaboración propia

PERIODO	AÑO 1	AMORTIZAR	MONTO ANUAL
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 1.321.800,00	5	264.360
TOTAL ACTIVOS QUE NO SE DEPRECIAN	\$ 1.479.400,00	5	295.880
TOTAL PUBLICIDAD PREOPERATIVA	\$ 1.000.000,00	5	200.000
TOTAL INVERSIONES EN PLANTA ADTIVA.	\$ 3.801.200,00		760.240

Cuadro 5. Depreciación de la inversión en activos fijos en planta activa

Fuente: Elaboración propia

APALANCAMIENTO FINANCIERO

La inversión del proyecto se efectúa con una financiación con la entidad financiera conveniente para realizar el préstamo es el Banco Davivienda, a través de Credit express libre inversión por un monto equivalente al 39,94% de la inversión total. A continuación, se presenta el cuadro de amortización que contiene las cuotas los intereses abonos y saldos adeudados mes a mes durante las 60 cuotas. Se determinó una cuota fija mensual de (\$499.973,22) hallada a una tasa E.A del 18,85%, equivalente a una tasa efectiva mensual del 1,45%.

PARAMETROS GENERALES

Parámetros Económicos.

Estos parámetros permiten pronosticar la situación de la empresa desde su inicio a cinco (5) años.

En el cuadro 6 se observan los factores económicos, los cuales tienen incidencia en la prestación de los servicios a partir del año 1 hasta el año 5.

Dichos parámetros se conectan a los presupuestos de costos y gastos que se generan para el inicio de operaciones de la empresa.

Los parámetros son:

Índice de Precios al Consumidor (IPC) es la variación porcentual entre periodos de tiempo el cual representa la inflación observada en dicho lapso, los porcentajes de inflación en el IPC fueron obtenidos de la página de Bancolombia.

Impuesto de Industria y Comercio: Es el gravamen establecido sobre las actividades industriales, comerciales y de servicios, a favor de cada uno de los distritos y municipios donde ellas se desarrollan.

Impuesto de Renta se define como un gravamen directo, de carácter natural e individual, que grava la renta de las personas. Se trata de un impuesto que grava la renta o ganancia que se ha producido a partir de una inversión o de la rentabilidad de cierto capital, se puede tratar también del producto de un trabajo dependiente o independiente.

Impuesto al Consumo: Es un impuesto que se aplica sobre determinados bienes y servicios, por ser un restaurante, éste está obligado a cobrar este impuesto, para el año 2020 es el 8% del costo del servicio. Para efecto de este estudio este porcentaje será excluido del precio obtenido en la evaluación realizada.

A continuación, el Cuadro de Parámetros económicos.

PARAMETROS ECONOMICOS					
ITEM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
IPC (%)	3,62%	3,70%	4,00%	3,80%	3,70%
INCREMENTO % EN PRECIOS	3,62%	3,70%	4,00%	3,80%	3,70%
INCREMENTO % EN COSTOS	3,62%	3,70%	4,00%	3,80%	3,70%
INCREMENTO % EN VENTAS		7,00%	7,00%	7,00%	7,00%
IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO 0,2% al 1,4%					
INC (%)	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%
ICA (TARIFA x MIL)	0,004	0,004	0,004	0,004	0,004
IMPUESTO DE RENTA	32%	31%	30%	30%	30%
IMPUESTOS PREDIAL 0,1% al 1,1%	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%
IMPUESTO DE REGISTRO 0,3% al 3,3%	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%

Cuadro 7. Parámetros Económicos.

Fuente: Elaboración propia

Parámetros Laborales.

Son necesarios para que exista un buen clima laboral, de acuerdo con la legislación laboral colombiana. Para el caso del salario mínimo legal vigente equivale al salario actual año 2020 ajustado con el porcentaje de inflación del IPC del año 1 que equivale a la inflación del año 2020.

Para calcular el valor del auxilio de transporte se realizó por la multiplicación del valor actual de (\$102.854,00) ajustado con el IPC del año 1 que equivale a la inflación del año equivalente.

Parámetros Cargos Laborales.

En el Cuadro 8 lo constituyen las personas que integran directamente la empresa, en él se describen los cargos y salarios que serán asignados inicialmente.

AÑO 2020	Decreto 2360 26/12/2019	
Costos de un trabajador a sueldo mínimo	%	Monto mensual
SMLV 2018		877.803,00
Auxilio de transporte		102.854,00
Salud	8,50%	0,00
Pensión	12,00%	0,00
ARL (Nivel I)	2,00%	0,00
Parafiscales	4,00%	0,00
Prima	8,33%	0,00
Cesantías	8,33%	0,00
Intereses de cesantías	1,00%	0,00
Vacaciones	4,17%	0,00
Dotación aproximada	7,00%	0,00
Costo mensual aproximado	55,33%	980.657,00
Factor prestacional	67%	

Cuadro 8. Parámetros Laborales.

Fuente: Elaboración propia

CARGOS LABORALES	
CHEF	\$ 1.000.000,00
AUXILIAR DE COCINA	\$ 877.803,00
ADMINISTRADOR 1	\$ 1.000.000,00
ADMINISTRADOR 2	\$ 1.000.000,00
MESERO	\$ 877.803,00

Cuadro 9. Cargos Laborales.

Fuente: Elaboración propia

Parámetro Recaudo y Pagos.

Los recaudos se harán de forma de contado. Se adquirirán los productos diariamente con los proveedores locales, a fin de garantizar la frescura de los mismos, siendo pagado en forma de contado. La estimación de las ventas como se explicó en los capítulos anteriores proviene del estudio de mercado donde se detectó que la demanda potencial se encuentran en un rango de edad entre 20 y 80 años, lo cual representa 35.243 (habitantes del Municipio Villamaría) y se asume que el mercado del restaurante será del 20% , lo que representa un total de posibles consumidores de los alimentos del restaurante de 7.049. Se estima además que las unidades a vender se incrementarán a razón del 7% anual.

Formulo demanda potencial: $35.243 * 20\% = 7.049$

PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INCREMENTO EN VENTAS		7,00%	7,00%	7,00%	7,00%
UNIDADES A VENDER	7.049	7.542	8.070	8.635	9.239

Cuadro 10. Unidades a vender

Fuente: Elaboración propia

Materiales Directos

Debido a la variedad de platos a ofrecer se asumirá el costo de un plato promedio, para la realización de esta evaluación; así en los cuadros siguientes se dispondrán de productos con sus porciones, al cual se multiplicará por el número de unidades a vender y luego multiplicando por el costo de los mismos, para obtener el costo de los materiales directos.

PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
NOMBRE DEL MATERIAL	Arroz integral				
REQUERIMIENTO POR UNIDAD	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10
COMPRA DE MATERIAL	705	754	807	863	924
PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
NOMBRE DEL MATERIAL	Verduras				
REQUERIMIENTO POR UNIDAD	2	2	2	2	2
COMPRA DE MATERIAL	14.097	15.084	16.140	17.270	18.479
PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
NOMBRE DEL MATERIAL	Frutas				
REQUERIMIENTO POR UNIDAD	1	1	1	1	1
COMPRA DE MATERIAL	7.049	7.542	8.070	8.635	9.239
PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
NOMBRE DEL MATERIAL	Carne				
REQUERIMIENTO POR UNIDAD	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15
COMPRA DE MATERIAL	1.057	1.131	1.210	1.295	1.386

Cuadro 11. Materiales Directos.

Fuente: Elaboración propia

INFLACION ESPERADA	3,62%	3,70%	4,00%	3,80%	3,70%
PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIAL DIRECTO	Arroz integral				
PRECIO POR UNIDAD	1.435	1.488	1.548	1.606	1.666
VALOR DE LA COMPR.	1.011.474	1.122.322	1.248.919	1.387.125	1.539.140
PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIAL DIRECTO	Verduras				
PRECIO POR UNIDAD	800	830	863	896	929
VALOR DE LA COMPR.	11.277.760	12.513.690	13.925.234	15.466.200	17.161.141
PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIAL DIRECTO	Frutas				
PRECIO POR UNIDAD	1.000	1.037	1.078	1.119	1.161
VALOR DE LA COMPR.	7.048.600	7.821.056	8.703.271	9.666.375	10.725.713
PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIAL DIRECTO	Carne				
PRECIO POR UNIDAD	3.900	4.044	4.206	4.366	4.527
VALOR DE LA COMPR.	4.123.431	4.575.318	5.091.414	5.654.829	6.274.542

Cuadro 12. Precio de materiales directos

Fuente: Elaboración propia

PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VALOR COMPRA MATE	23.461.265	26.032.385	28.968.838	32.174.530	35.700.537

Cuadro 13. Costos totales en material directo

Fuente: Elaboración propia

COSTOS INDIRECTO DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción son todos aquellos recursos involucrados de forma directa e indirecta con la elaboración de los alimentos. A continuación, se expondrán los costos proyectados tanto de la mano de obra, y depreciación.

MANO DE OBRA DIRECTA

La mano de obra directa, está relacionado con aquel personal que está directamente relacionado con la preparación de los alimentos, esto incluye a 1 chef y a un asistente de cocina.

NUMERO DE OPERARIOS (C)	1				
SALARIO MES	\$ 1.000.000,00				
FACTOR PRESTACION	55,33%				
SUBSIDIO AL TRANSP	\$ 102.854,00				
PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VALOR SALARIOS	\$ 12.000.000,00	\$ 12.444.000,00	\$ 12.941.760,00	\$ 13.433.546,88	\$ 13.930.588,11
VALOR PRESTACIONE	\$ 6.639.600,00	\$ 6.885.265,20	\$ 7.160.675,81	\$ 7.432.781,49	\$ 7.707.794,40
SUBSIDIO AL TRANSP	\$ 1.234.248,00	\$ 1.279.915,18	\$ 1.331.111,78	\$ 1.381.694,03	\$ 1.432.816,71
VALOR TOTAL DE LA M	\$ 19.873.848,00	\$ 20.609.180,38	\$ 21.433.547,59	\$ 22.248.022,40	\$ 23.071.199,23

Cuadro 14. Mano De Obra Directa

Fuente: Elaboración propia

NUMERO AUXILIAR DE CHEF	1				
SALARIO MES	\$ 877.803,00				
PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SALARIOS DE MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ 10.533.636,00	\$ 10.914.953,62	\$ 11.310.074,94	\$ 11.719.499,66	\$ 12.143.745,54
PRESTACIONES SOCIALES	\$ 5.828.260,80	\$ 6.039.243,84	\$ 6.257.864,47	\$ 6.484.399,16	\$ 6.719.134,41
SUBSIDIO AL TRANSPORTE	\$ 1.234.248,00	\$ 1.278.927,78	\$ 1.325.224,96	\$ 1.373.198,11	\$ 1.422.907,88
TOTAL SALARIOS DE M.O.I.	\$ 17.596.144,80	\$ 18.233.125,24	\$ 18.893.164,37	\$ 19.577.096,92	\$ 20.285.787,83

Cuadro 15. Mano de obra indirecta

Fuente: Elaboración propia

Otros costos de elaboración

PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DEPRECIACION	\$ 3.223.546,80	\$ 3.223.546,80	\$ 3.223.546,80	\$ 3.223.546,80	\$ 3.223.546,80
TOTAL OTROS C.I.F.	\$ 3.223.546,80	\$ 3.223.546,80	\$ 3.223.546,80	\$ 3.223.546,80	\$ 3.223.546,80

Cuadro 16. Otros costos de elaboración

Fuente: Elaboración propia

PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL MATERIAL INDIRECTOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL DE LA MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ 17.596.144,80	\$ 18.233.125,24	\$ 18.893.164,37	\$ 19.577.096,92	\$ 20.285.787,83
TOTAL DE LOS OTROS C.I.F.	\$ 3.223.546,80	\$ 3.223.546,80	\$ 3.223.546,80	\$ 3.223.546,80	\$ 3.223.546,80
TOTAL COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	\$ 20.819.691,60	\$ 21.456.672,04	\$ 22.116.711,17	\$ 22.800.643,72	\$ 23.509.334,63

Cuadro 17. Total, costos Indirectos de Fabricación

Fuente: Elaboración propia

PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE LOS MATERIALES DIRECTOS	\$ 23.461.265,10	\$ 26.032.385,14	\$ 28.968.838,19	\$ 32.174.529,82	\$ 35.700.536,54
COSTO DE LA MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 19.873.848,00	\$ 20.609.180,38	\$ 21.433.547,59	\$ 22.248.022,40	\$ 23.071.199,23
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	\$ 20.819.691,60	\$ 21.456.672,04	\$ 22.116.711,17	\$ 22.800.643,72	\$ 23.509.334,63
COSTO TOTAL DE PRODUCCION	\$ 64.154.804,70	\$ 68.098.237,56	\$ 72.519.096,95	\$ 77.223.195,94	\$ 82.281.070,40
COSTO DE PRODUCCION POR UNIDAD	\$ 9.101,78	\$ 9.029,20	\$ 8.986,32	\$ 8.943,21	\$ 8.905,57

Cuadro 18. Costos de producción

Fuente: Elaboración propia

Cabe destacar que en este renglón se obtiene el costo de producción por unidad, el cual se obtiene dividiendo el total costo de producción de cada año por las unidades a vender en el respectivo año. Ejemplo para el primer año serían: $\$64.154.804,70 / 7.049 = 9.101,78$, y así para cada año.

GASTOS OPERATIVOS

En esta sección se incluirá todos los gastos pertinentes con el buen funcionamiento del restaurante, esto es los gastos administrativos, de ventas, y otros.

PERIODO	AÑO 1	AMORTIZAR	MONTO ANUAL
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 1.321.800,00	5	264.360
TOTAL ACTIVOS QUE NO SE DEPRECIAN	\$ 1.479.400,00	5	295.880
TOTAL PUBLICIDAD PREOPERATIVA	\$ 1.000.000,00	5	200.000
TOTAL INVERSIONES EN PLANTA ADTIVA.	\$ 3.801.200,00		760.240

Cuadro 19. Depreciación en Activos aditivos

Fuente: Elaboración propia

SALARIO ADMINSTRADOR	\$ 1.000.000,00				
NUMERO DE SUBGERENTES	2				
SALARIO MESERO	\$ 877.803,00				
NUMERO DE MESEROS	1				
PERIODO	AÑO 1	AÑO 2		AÑO 4	AÑO 5
SALARIOS DE PLANTA ADMINISTRATIVA	\$ 33.067.272,00	\$ 34.290.761,06	\$ 35.662.391,51	\$ 37.017.562,38	\$ 38.387.212,19
PRESTACIONES SOCIALES	\$ 18.296.121,60	\$ 18.973.078,10	\$ 19.732.001,22	\$ 20.481.817,27	\$ 21.239.644,51
SUBSIDIO AL TRANSPORTE	\$ 1.234.248,00	\$ 1.279.915,18	\$ 1.331.111,78	\$ 1.381.694,03	\$ 1.432.816,71
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 600.000,00	\$ 622.200,00	\$ 647.088,00	\$ 671.677,34	\$ 696.529,41
SEGUROS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
ARRENDAMINETOS	\$ 1.100.000,00	\$ 1.140.700,00	\$ 1.186.328,00	\$ 1.231.408,46	\$ 1.276.970,58
OTROS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
DEPRECIACION	\$ 760.240,00	\$ 760.240,00	\$ 760.240,00	\$ 760.240,00	\$ 760.240,00
TOTAL DE LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 55.057.881,60	\$ 57.095.023,22	\$ 59.378.824,15	\$ 61.635.219,46	\$ 63.915.722,58

Cuadro 20. Gastos administrativos

Fuente: Elaboración propia

PERIODO	AÑO 1	AÑO 2		AÑO 4	AÑO 5
PUBLICIDAD	\$ 900.000,00	\$ 933.300,00	\$ 970.632,00	\$ 1.007.516,02	\$ 1.044.794,11
TOTAL DE GASTOS DE VENTAS	\$ 900.000,00	\$ 933.300,00	\$ 970.632,00	\$ 1.007.516,02	\$ 1.044.794,11

Cuadro 21. Gastos de venta

Fuente: Elaboración propia

PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 55.057.881,60	\$ 57.095.023,22	\$ 59.378.824,15	\$ 61.635.219,46	\$ 63.915.722,58
GASTOS DE VENTA	\$ 900.000,00	\$ 933.300,00	\$ 970.632,00	\$ 1.007.516,02	\$ 1.044.794,11
GASTOS OPERATIVOS	\$ 55.957.881,60	\$ 58.028.323,22	\$ 60.349.456,15	\$ 62.642.735,48	\$ 64.960.516,69
GASTO OPERATIVO POR UNIDAD	\$ 7.938,86	\$ 7.694,02	\$ 7.478,30	\$ 7.254,65	\$ 7.030,91

Cuadro 22. Gastos administrativos y de venta totales y unitarios

Fuente: Elaboración propia

DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS

Para la obtención de los precios se realizaron de dos formas: 1. Obtenido ya tanto los costos unitarios de producción y operativos se realizan la suma de ambos y a través del margen de contribución se determinan los precios a ofrecer; 2. Así mismo, se tomó en consideración la opinión de las potenciales clientes dadas a través de las encuestas realizadas, donde indicaron el precio máximo que pagarían por un plato de comida saludable. De tal planteamiento se obtienen los siguientes dos cuadros (23 y 24)

COSTO UNITARIO	PRECIO	MARGEN BRUTO DE GANANCIA
17.041	21.847	22,00%
Costo /(1-Margen Bruta de ganancia)		

Cuadro 23. Margen Bruto de Ganancia

Fuente: Elaboración propia

TASA DE GANANCIA (Margen Bruto de Ganancia)	22,00%				
PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO Y GASTO POR UNIDAD	\$ 17.041	\$ 16.723	\$ 16.465	\$ 16.198	\$ 15.936
PRECIO DE VENTA POR UNIDAD	\$ 21.847	\$ 21.440	\$ 21.108	\$ 20.766	\$ 20.431

Cuadro 24. Determinación de los precios

Fuente: Elaboración propia

VENTAS TOTALES

Ya conocido las unidades a vender y los precios a cobrar, se procede a determinar los ingresos estimados para el horizonte de tiempo evaluado (5 años) y se elabora el Cuadro 25.

PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UNIDADES A VENDER	\$ 7.048,60	\$ 7.542,00	\$ 8.069,94	\$ 8.634,84	\$ 9.239,28
PRECIO POR UNIDAD	\$ 21.846,98	\$ 21.440,03	\$ 21.108,49	\$ 20.766,49	\$ 20.431,39
TOTAL DE VENTAS	\$ 153.990.623,46	\$ 161.700.718,94	\$ 170.344.298,84	\$ 179.315.296,70	\$ 188.771.265,51

Cuadro 25. Ventas estimadas anuales

Fuente: Elaboración propia

ESTADOS DE RESULTADOS CON Y SIN FINANCIAMIENTO

Ya conocidos los costos, gastos y ventas estimadas, se procede a proyectar los estados de resultados para el horizonte de tiempo a evaluar. A continuación, se expondrán las dos situaciones económicas que pudieran presentarse ante la utilización o no de apalancamiento.

Estados de Resultados sin Financiamiento

Se procede a exponer los resultados donde los accionistas tendrían que aportar el 100% del monto requerido para ejecutar el proyecto.

IMPUESTO A LA RENTA	32%	31%	30%	30%	30%
PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 153.990.623,46	\$ 161.700.718,94	\$ 170.344.298,84	\$ 179.315.296,70	\$ 188.771.265,51
COSTO DE PRODUCCION	\$ 64.154.804,70	\$ 68.098.237,56	\$ 72.519.096,95	\$ 77.223.195,94	\$ 82.281.070,40
UTILIDAD BRUTA	\$ 89.835.818,76	\$ 93.602.481,38	\$ 97.825.201,89	\$ 102.092.100,75	\$ 106.490.195,10
GASTOS OPERATIVOS	\$ 55.957.881,60	\$ 58.028.323,22	\$ 60.349.456,15	\$ 62.642.735,48	\$ 64.960.516,69
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 33.877.937,16	\$ 35.574.158,17	\$ 37.475.745,75	\$ 39.449.365,27	\$ 41.529.678,41
GASTOS FINANCIEROS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 33.877.937,16	\$ 35.574.158,17	\$ 37.475.745,74	\$ 39.449.365,27	\$ 41.529.678,41
IMPUESTO A LA RENTA	\$ 10.840.939,89	\$ 11.027.989,03	\$ 11.242.723,72	\$ 11.834.809,58	\$ 12.458.903,52
UTILIDAD NETA	\$ 23.036.997,27	\$ 24.546.169,14	\$ 26.233.022,02	\$ 27.614.555,69	\$ 29.070.774,89

Cuadro 26. Estados de Resultados sin Financiamiento

Fuente: Elaboración propia

Estados de Resultados con Financiamiento

En el estado de resultado con financiamiento, se proyectó con un préstamo bancario con la institución financiera Davivienda por un porcentaje equivalente al 39,94% del monto de la inversión inicial, a una tasa EA del 18,85%, como se indicó en los parraos anteriores.

Observando los cuadros de los estados financieros estimados para los próximos cinco años, se evidencia que las utilidades netas a obtener son mayor cuando no se acude a financiamientos con terceras personas, pero es una realidad que como el monto de la inversión inicial realizada por los accionistas sería mayor sin apalancamiento, éstos exigirán mayores rendimientos.

IMPUESTO A LA RENTA	32%	31%	30%	30%	30%
PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 153.990.623,46	\$ 161.700.718,94	\$ 170.344.298,84	\$ 179.315.296,70	\$ 188.771.265,51
COSTO DE PRODUCCION	\$ 64.154.804,70	\$ 68.098.237,56	\$ 72.519.096,95	\$ 77.223.195,94	\$ 82.281.070,40
UTILIDAD BRUTA	\$ 89.835.818,76	\$ 93.602.481,38	\$ 97.825.201,89	\$ 102.092.100,75	\$ 106.490.195,10
GASTOS OPERATIVOS	\$ 55.957.881,60	\$ 58.028.323,22	\$ 60.349.456,15	\$ 62.642.735,48	\$ 64.960.516,69
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 33.877.937,16	\$ 35.574.158,17	\$ 37.475.745,75	\$ 39.449.365,27	\$ 41.529.678,41
GASTOS FINANCIEROS	\$ 3.257.836,41	\$ 2.740.999,15	\$ 2.126.738,07	\$ 1.396.688,77	\$ 529.025,18
UTILIDAD ANTES DE IMPUES	\$ 30.620.100,75	\$ 32.833.159,02	\$ 35.349.007,68	\$ 38.052.676,50	\$ 41.000.653,23
IMPUESTO A LA RENTA	\$ 9.798.432,24	\$ 10.178.279,30	\$ 10.604.702,30	\$ 11.415.802,95	\$ 12.300.195,97
UTILIDAD NETA	\$ 20.821.668,51	\$ 22.654.879,72	\$ 24.744.305,37	\$ 26.636.873,55	\$ 28.700.457,26

Cuadro 27. Estados de Resultados con Financiamiento

Fuente: Elaboración propia

ESTADO DE FUENTES Y APLICACIONES

A continuación, se expresan en el estado de fuentes las aplicaciones estimadas según los datos hallados.

PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FUENTES:					
APORTE DE LOS SOCIOS	\$ 30.000.000,00				
CREDITO BANCARIO	\$ 0,00				
UTILIDAD NETA	\$ 23.036.997,27	\$ 24.546.169,14	\$ 26.233.022,02	\$ 27.614.555,69	\$ 29.070.774,89
DEPRECIACION	\$ 3.983.786,80	\$ 3.983.786,80	\$ 3.983.786,80	\$ 3.983.786,80	\$ 3.983.786,80
PROVISION PARA IMPUESTOS	\$ 10.840.939,89	\$ 11.027.989,03	\$ 11.242.723,72	\$ 11.834.809,58	\$ 12.458.903,52
C X P PROVEEDORES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL DE FUENTES	\$ 67.861.723,96	\$ 39.557.944,97	\$ 41.459.532,54	\$ 43.433.152,07	\$ 45.513.465,21
APLICACIONES O USOS:					
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	\$ 19.918.934,00				
PAGO IMPUESTOS		\$ 10.840.939,89	\$ 11.027.989,03	\$ 11.242.723,72	\$ 11.834.809,58
PAGO DEL CREDITO	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
CUENTAS POR COBRAR	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL DE APLICACIONES	\$ 19.918.934,00	\$ 10.840.939,89	\$ 11.027.989,03	\$ 11.242.723,72	\$ 11.834.809,58
SUPERAVIT O DEFICIT DE EFECTIVO	\$ 47.942.789,96	\$ 28.717.005,08	\$ 30.431.543,51	\$ 32.190.428,35	\$ 33.678.655,63
SALDO ANTERIOR DE EFECTIVO		\$ 47.942.789,96	\$ 76.659.795,04	\$ 107.091.338,55	\$ 139.281.766,90
SALDO FINAL DE EFECTIVO	\$ 47.942.789,96	\$ 76.659.795,04	\$ 107.091.338,55	\$ 139.281.766,90	\$ 172.960.422,53

Cuadro 28. Estado de Fuentes y Aplicaciones sin uso de financiamiento

Fuente: Elaboración propia

El saldo de efectivo hallado a través del estado de fondo se considerará como el monto existente en Caja para la elaboración del Balance situacional estimado para los 5 años.

PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FUENTES:					
APORTE DE LOS SOCIOS	\$ 30.000.000,00				
CREDITO BANCARIO	\$ 19.947.105,57				
UTILIDAD NETA	\$ 20.821.668,51	\$ 22.654.879,72	\$ 24.744.305,37	\$ 26.636.873,55	\$ 28.700.457,26
DEPRECIACION	\$ 3.983.786,80	\$ 3.983.786,80	\$ 3.983.786,80	\$ 3.983.786,80	\$ 3.983.786,80
PROVISION PARA IMPUESTOS	\$ 9.798.432,24	\$ 10.178.279,30	\$ 10.604.702,30	\$ 11.415.802,95	\$ 12.300.195,97
C X P PROVEEDORES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL DE FUENTES	\$ 84.550.993,13	\$ 36.816.945,82	\$ 39.332.794,48	\$ 42.036.463,30	\$ 44.984.440,03
APLICACIONES O USOS:					
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	\$ 19.918.934,00				
PAGO IMPUESTOS		\$ 9.798.432,24	\$ 10.178.279,30	\$ 10.604.702,30	\$ 11.415.802,95
PAGO DEL CREDITO	\$ 2.741.842,22	\$ 3.258.679,48	\$ 3.872.940,56	\$ 4.602.989,86	\$ 5.470.653,45
CUENTAS POR COBRAR	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL DE APLICACIONES	\$ 22.660.776,22	\$ 13.057.111,72	\$ 14.051.219,86	\$ 15.207.692,16	\$ 16.886.456,40
SUPERAVIT O DEFICIT DE EF	\$ 61.890.216,90	\$ 23.759.834,10	\$ 25.281.574,62	\$ 26.828.771,14	\$ 28.097.983,63
SALDO ANTERIOR DE EFECTIVO		\$ 61.890.216,90	\$ 85.650.051,00	\$ 110.931.625,62	\$ 137.760.396,76
SALDO FINAL DE EFECTIVO	\$ 61.890.216,90	\$ 85.650.051,00	\$ 110.931.625,62	\$ 137.760.396,76	\$ 165.858.380,39

Cuadro 29. Estado de Fuentes y Aplicaciones con uso de financiamiento
Fuente: Elaboración propia

BALANCE SITUACIONAL PROYECTADO

Luego de obtenidos los resultados expuestos, se procederá a presentar el balance situacional sin y con financiamiento para un horizonte de tiempo de 5 años.

PERIODO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS:						
CAJA	\$ 30.028.171,57	\$ 47.942.789,96	\$ 76.659.795,04	\$ 107.091.338,55	\$ 139.281.766,90	\$ 172.960.422,53
CUENTAS POR COBRAR		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
ACTIVOS FIJOS	\$ 19.918.934,00	\$ 19.918.934,00	\$ 19.918.934,00	\$ 19.918.934,00	\$ 19.918.934,00	\$ 19.918.934,00
DEPRECIACION ACUMULADA		\$ 3.983.786,80	\$ 7.967.573,60	\$ 11.951.360,40	\$ 15.935.147,20	\$ 19.918.934,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 49.947.105,57	\$ 63.877.937,16	\$ 88.611.155,44	\$ 115.058.912,15	\$ 143.265.553,70	\$ 172.960.422,53
PASIVOS:						
C X P PROVEEDORES		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
IMPUESTOS POR PAGAR		\$ 10.840.939,89	\$ 11.027.989,03	\$ 11.242.723,72	\$ 11.834.809,58	\$ 12.458.903,52
OBLIGACIONES FINANCIERAS POR PAGAR	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ (0,00)
TOTAL DE PASIVOS		\$ 10.840.939,89	\$ 11.027.989,03	\$ 11.242.723,73	\$ 11.834.809,58	\$ 12.458.903,52
PATRIMONIO:						
CAPITAL	\$ 49.947.105,57	\$ 30.000.000,00	\$ 30.000.000,00	\$ 30.000.000,00	\$ 30.000.000,00	\$ 30.000.000,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 23.036.997,27	\$ 24.546.169,14	\$ 26.233.022,02	\$ 27.614.555,69	\$ 29.070.774,89
UTILIDADES RETENIDAS			\$ 23.036.997,27	\$ 47.583.166,40	\$ 73.816.188,43	\$ 101.430.744,12
TOTAL PATRIMONIO		\$ 53.036.997,27	\$ 77.583.166,40	\$ 103.816.188,43	\$ 131.430.744,12	\$ 160.501.519,00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 49.947.105,57	\$ 63.877.937,16	\$ 88.611.155,44	\$ 115.058.912,15	\$ 143.265.553,70	\$ 172.960.422,53

Cuadro 30. Balance General Proyectados sin financiamiento

Fuente: Elaboración propia

Comparando ambos Balances situacional con y sin financiamiento, queda evidente que la inclusión de deuda para los primeros tres años favorece la situación económica de la empresa al arrojar montos en activos para el caso de financiamiento superior a lo expuesto sin el uso del éste.

PERIODO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS:						
CAJA	\$ 30.028.171,57	\$ 61.890.216,90	\$ 85.650.051,00	\$ 110.931.625,62	\$ 137.760.396,76	\$ 165.858.380,39
CUENTAS POR COBRAR		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
ACTIVOS FIJOS	\$ 19.918.934,00	\$ 19.918.934,00	\$ 19.918.934,00	\$ 19.918.934,00	\$ 19.918.934,00	\$ 19.918.934,00
DEPRECIACION ACUMULADA		\$ 3.983.786,80	\$ 7.967.573,60	\$ 11.951.360,40	\$ 15.935.147,20	\$ 19.918.934,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 49.947.105,57	\$ 77.825.364,10	\$ 97.601.411,40	\$ 118.899.199,22	\$ 141.744.183,56	\$ 165.858.380,39
PASIVOS:						
C X P PROVEEDORES		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
IMPUESTOS POR PAGAR		\$ 9.798.432,24	\$ 10.178.279,30	\$ 10.604.702,30	\$ 11.415.802,95	\$ 12.300.195,97
OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$ 19.947.105,57	\$ 17.205.263,35	\$ 13.946.583,87	\$ 10.073.643,31	\$ 5.470.653,45	\$ (0,00)
TOTAL DE PASIVOS		\$ 27.003.695,59	\$ 24.124.863,17	\$ 20.678.345,61	\$ 16.886.456,40	\$ 12.300.195,97
PATRIMONIO:						
CAPITAL	\$ 30.000.000,00	\$ 30.000.000,00	\$ 30.000.000,00	\$ 30.000.000,00	\$ 30.000.000,00	\$ 30.000.000,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 20.821.668,51	\$ 22.654.879,72	\$ 24.744.305,37	\$ 26.636.873,55	\$ 28.700.457,26
UTILIDADES RETENIDAS			\$ 20.821.668,51	\$ 43.476.548,23	\$ 68.220.853,61	\$ 94.857.727,16
TOTAL PATRIMONIO		\$ 50.821.668,51	\$ 73.476.548,23	\$ 98.220.853,61	\$ 124.857.727,16	\$ 153.558.184,42
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 49.947.105,57	\$ 77.825.364,10	\$ 97.601.411,40	\$ 118.899.199,22	\$ 141.744.183,56	\$ 165.858.380,39

Cuadro 31. Balance General Projectados con financiamiento
Fuente: Elaboración propia

FLUJO DE CAJA DE LAS INVERSIONES

El flujo de caja de las inversiones hace referencia al movimiento esperado de los activos, si hay una nueva adquisición durante el horizonte de tiempo estimado, o por el contrario hay nuevas inversiones para repotenciar o adquirir otros activos. En el caso de estudio, no se consideran nuevas inversiones, ni ventas de activos durante el periodo analizado; pero si se considerará como capital de trabajo un cuarto, o sea tres meses de los costos y gastos estimados para el primer año como capital de trabajo necesario tener disponible por cualquier eventualidad. De ahí, que el capital de trabajo se obtenga, primeramente, sumando el costo de producción y los gastos operativos estimados para el primer año y su resultado dividiendo entre tres; también se estima

recuperar la inversión en capital de trabajo al final del quinto año, quedando el flujo de las inversiones de la siguiente manera:

PERIODO	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ADQUISICION DE ACTIVOS FIJOS	\$ 19.918.934,00					
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 30.028.171,57	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ (30.028.171,57)
FLUJO DE CAJA DE LAS INVERSIONES	\$ (49.947.105,57)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 30.028.171,57

Cuadro 32. Flujo de caja de las inversiones

Fuente: Elaboración propia

FLUJO DE CAJA DE LAS OPERACIONES

Los flujos de caja netos son estados financieros que toman tanto lo que en realidad se estima que se recaude en un año en específico a igual que los pagados por concepto de egresos. Esto hace que se diferencien los delo estados de resultados y surjan, por ejemplo, impuestos causados e impuestos pagados, o en un principio se descuenten las depreciaciones y luego para efecto de determinar el flujo de caja neto se le sume o se le incluya la amortización a deuda, el cual no es tomado en cuenta en los estados de resultados, ya que los primeros no son exentos de impuestos a la renta.

En esta sección se presentará el flujo de recursos financieros recaudado y pagado año por año, durante los cinco años que es el horizonte de tiempo a estudiar. Se presentará sin y con financiamiento.

PERIODO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ADQUISICION DE ACTIVOS FIJOS	\$ 19.918.934,00					
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 30.028.171,57					
FINANCIAMIENTO EXTERNO	\$ (0,00)					
INGRESOS		\$ 153.990.623,46	\$ 161.700.718,94	\$ 170.344.298,84	\$ 179.315.296,70	\$ 188.771.265,51
TOTAL DE INGRESOS		\$ 153.990.623,46	\$ 161.700.718,94	\$ 170.344.298,84	\$ 179.315.296,70	\$ 188.771.265,51
COSTOS OPERATIVOS		\$ 64.154.804,70	\$ 68.098.237,56	\$ 72.519.096,95	\$ 77.223.195,94	\$ 82.281.070,40
GASTOS OPERATIVOS		\$ 55.957.881,60	\$ 58.028.323,22	\$ 60.349.456,15	\$ 62.642.735,48	\$ 64.960.516,69
UTILIDAD OPERATIVA		\$ 33.877.937,16	\$ 35.574.158,17	\$ 37.475.745,75	\$ 39.449.365,27	\$ 41.529.678,41
INTERESES DE LA DEUDA		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 33.877.937,16	\$ 35.574.158,17	\$ 37.475.745,74	\$ 39.449.365,27	\$ 41.529.678,41
IMPUESTO CAUSADO		\$ 10.840.939,89	\$ 11.383.730,61	\$ 11.992.238,64	\$ 12.623.796,89	\$ 13.289.497,09
UTILIDAD NETA		\$ 23.036.997,27	\$ 24.190.427,55	\$ 25.483.507,11	\$ 26.825.568,39	\$ 28.240.181,32
IMPUESTO CAUSADO		\$ 10.840.939,89	\$ 11.383.730,61	\$ 11.992.238,64	\$ 12.623.796,89	\$ 13.289.497,09
IMPUESTO PAGADO			\$ (10.840.939,89)	\$ (11.383.730,61)	\$ (11.992.238,64)	\$ (12.623.796,89)
DEPRECIACION		\$ 3.983.786,80	\$ 3.983.786,80	\$ 3.983.786,80	\$ 3.983.786,80	\$ 3.983.786,80
AMORTIZACION DE LA DEUDA		\$ (2.788.163,37)	\$ (3.290.032,77)	\$ (3.882.238,67)	\$ (4.581.041,63)	\$ (5.405.629,13)
FLUJO DE CAJA DE LAS OPERACIONES	-\$ 49.947.105,57	\$ 35.073.560,59	\$ 25.426.972,30	\$ 26.193.563,26	\$ 26.859.871,80	\$ 27.484.039,20
EBITDA		\$ 37.861.723,96	\$ 39.557.944,97	\$ 41.459.532,55	\$ 43.433.152,07	\$ 45.513.465,21

Cuadro 33. Flujo de Caja de las operaciones sin financiamiento

Fuente: Elaboración propia

Cabe mencionar que el flujo de caja de las operaciones estimadas se mantiene levemente superiores cuando no hay financiamiento, mientras que las utilidades antes interés, impuestos, depreciaciones y amortizaciones se mantienen iguales en ambos casos; esto obedece a que el EBITDA como se le conoce –en sus siglas en inglés- no toma en cuenta ni los egresos considerados en los estados de resultados que no representen una salida real de efectivo, ni los intereses.

PERIODO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ADQUISICION DE ACTIVOS FIJOS	\$ 19.918.934,00					
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 30.028.171,57					
FINANCIAMIENTO EXTERNO	\$ (19.947.105,57)					
INGRESOS		\$ 153.990.623,46	\$ 161.700.718,94	\$ 170.344.298,84	\$ 179.315.296,70	\$ 188.771.265,51
VALOR RESCATE (VENTA DE ACTIVO)						
TOTAL DE INGRESOS		\$ 153.990.623,46	\$ 161.700.718,94	\$ 170.344.298,84	\$ 179.315.296,70	\$ 188.771.265,51
COSTOS OPERATIVOS		\$ 64.154.804,70	\$ 68.098.237,56	\$ 72.519.096,95	\$ 77.223.195,94	\$ 82.281.070,40
GASTOS OPERATIVOS		\$ 55.957.881,60	\$ 58.028.323,22	\$ 60.349.456,15	\$ 62.642.735,48	\$ 64.960.516,69
UTILIDAD OPERATIVA		\$ 33.877.937,16	\$ 35.574.158,17	\$ 37.475.745,75	\$ 39.449.365,27	\$ 41.529.678,41
INTERESES DE LA DEUDA		\$ 3.590.479,00	\$ 3.088.609,60	\$ 2.496.403,70	\$ 1.797.600,74	\$ 973.013,24
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 30.287.458,16	\$ 32.485.548,57	\$ 34.979.342,05	\$ 37.651.764,54	\$ 40.556.665,17
IMPUESTO CAUSADO		\$ 10.840.939,89	\$ 11.383.730,61	\$ 11.992.238,64	\$ 12.623.796,89	\$ 13.289.497,09
UTILIDAD NETA		\$ 19.446.518,27	\$ 21.101.817,96	\$ 22.987.103,41	\$ 25.027.967,65	\$ 27.267.168,08
IMPUESTO CAUSADO		\$ 10.840.939,89	\$ 11.383.730,61	\$ 11.992.238,64	\$ 12.623.796,89	\$ 13.289.497,09
IMPUESTO PAGADO			\$ (10.840.939,89)	\$ (11.383.730,61)	\$ (11.992.238,64)	\$ (12.623.796,89)
DEPRECIACION		\$ 3.983.786,80	\$ 3.983.786,80	\$ 3.983.786,80	\$ 3.983.786,80	\$ 3.983.786,80
AMORTIZACION DE LA DEUDA		\$ (2.788.163,37)	\$ (3.290.032,77)	\$ (3.882.238,67)	\$ (4.581.041,63)	\$ (5.405.629,13)
FLUJO DE CAJA DE LAS OPERACIONES	-\$ 30.000.000,00	\$ 31.483.081,59	\$ 22.338.362,71	\$ 23.697.159,56	\$ 25.062.271,06	\$ 26.511.025,95
EBITDA		\$ 37.861.723,96	\$ 39.557.944,97	\$ 41.459.532,55	\$ 43.433.152,07	\$ 45.513.465,21

Cuadro 34. Flujo de Caja de las operaciones con financiamiento

Fuente: Elaboración propia

FLUJO DE CAJA DEL FINANCIAMIENTO

Tomando los resultados arrojados en el cuadro 34 elaborado anteriormente sobre la amortización o liquidación del financiamiento, se elabora el siguiente cuadro.

PERIODO	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DESEMBOLSO DEL CREDITO	\$ 19.947.105,57					
PAGO DEL CREDITO		\$ 5.999.678,63	\$ 5.999.678,63	\$ 5.999.678,63	\$ 5.999.678,63	\$ 5.999.678,63
BENEFICIO TRIBUTARIO		\$ 1.042.507,65	\$ 877.119,73	\$ 680.556,18	\$ 446.940,41	\$ 169.288,06
FLUJO DE CAJA DE FINANCIAMIENTO	\$ 19.947.105,57	\$ (4.957.170,98)	\$ (5.122.558,90)	\$ (5.319.122,45)	\$ (5.552.738,22)	\$ (5.830.390,57)

Cuadro 35. Flujo de caja de financiamiento.

Fuente: Elaboración propia

En el mismo se aprecia el monto de la deuda original, los pagos montos acumulados por año de las cuotas anuales, donde se incluyen intereses y amortización a deuda, así como los beneficios tributarios que se esperan, en el entendido que los intereses por concepto de deuda son exentos de impuestos, lo que quiere decir que los intereses causados deberán formar parte de los egresos dentro de los estados de resultados para ser disminuidos de las utilidades gravables. De ahí, que genere un flujo de caja de financiación inferior a la estimada inicialmente.

Este hecho, no se observaría en el flujo de caja operacional sin financiamiento, por cuanto al no existir financiamiento se deja de gozar de tal beneficio (exención de impuesto por concepto de intereses causados por fuentes de financiación por terceros).

FLUJO DE CAJA NETO

Los flujos de caja netos surgen de la sumatoria anual del flujo de caja de los inversionistas más flujo de caja de las operaciones adicionándole el flujo de financiamiento, lo que origina los cuadros 36 y 37 de flujo de caja neto sin y con financiamiento.

PERIODO	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA DE LAS INVERSIONES	\$ (49.947.105,57)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 30.028.171,57
FLUJO DE CAJA DE LAS OPERACIONES		\$ 35.073.560,59	\$ 25.426.972,30	\$ 26.193.563,26	\$ 26.859.871,80	\$ 27.484.039,20
FLUJO DE CAJA DE FINANCIACION	\$ 0,00	\$ (0,00)	\$ (0,00)	\$ (0,00)	\$ (0,00)	\$ (0,00)
FLUJO DE CAJA NETO - TOTAL	\$ (49.947.105,57)	\$ 35.073.560,59	\$ 25.426.972,30	\$ 26.193.563,26	\$ 26.859.871,80	\$ 57.512.210,77

Cuadro 36. de flujo de caja neto sin financiamiento

Fuente: Elaboración propia

PERIODO	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA DE LAS INVERSIONES	\$ (49.947.105,57)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 30.028.171,57
FLUJO DE CAJA DE LAS OPERACIONES		\$ 31.483.081,59	\$ 22.338.362,71	\$ 23.697.159,56	\$ 25.062.271,06	\$ 26.511.025,95
FLUJO DE CAJA DE FINANCIACION	\$ 19.947.105,57	\$ (4.957.170,98)	\$ (5.122.558,90)	\$ (5.319.122,45)	\$ (5.552.738,22)	\$ (5.830.390,57)
FLUJO DE CAJA NETO - TOTAL	\$ (30.000.000,00)	\$ 26.525.910,61	\$ 17.215.803,80	\$ 18.378.037,11	\$ 19.509.532,84	\$ 50.708.806,96

Cuadro 37. de flujo de caja neto con financiamiento

Fuente: Elaboración propia

Al comparar ambos cuadros se detalla que sin financiamiento los accionistas deberán aportar mayor monto de capital a diferencia de cuando se financia, por otro lado, los flujos de caja anuales son mayores cuando no se acude a financiamiento.

TASA MÍNIMA DE RENTABILIDAD

La tasa mínima de rentabilidad TMR, es aquella tasa aceptada por los accionistas o inversionistas como mínimo para aceptar y aplicar un proyecto. Esta se determinó tomando como referencia el IPC acumulada para diciembre 2019 de 3,8% más el margen de ganancia que esperan obtener los accionistas, el cual fue fijado en un 25%, arrojando una TMR del 28,80%.

TASA LIBRE DE RIESGO (Rf)	3,80%
RIESGO DEL INVERSIONISTA (Rinv)	25,00%
TMR	28,80%

Cuadro 38. Tasas mínimas de rentabilidad

Fuente: Elaboración propia

COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL

Como se planteó en las bases teóricas el Costo de Capital es la tasa de descuento que se utiliza para descontar los flujos de caja futuros a la hora de valorar un proyecto de inversión, y su cálculo se realizó tomando en cuenta el peso ponderado de cada tipo de financiamiento: 1. Con recursos propios y 2. Con fuentes de financiamiento mixto, esto es recursos propios y asumiendo deuda con terceras personas (Davivienda). Adicionalmente, se consideró el costo financiero que tendría cada una de las fuentes de financiamiento, la multiplicación de ambos porcentajes nos arroja un promedio por fuente los cuales fueron sumados arrojando el Costo Promedio Ponderado de Capital CPPC o en sus siglas en ingles WACC.

FUENTE DE FINANCIACION DEL PROYECTO	VALOR	PONDERADO	COSTO	C. CAPITAL	
RECURSOS PROPIOS	\$ 30.000.000,00	100,00%	28,80%	28,80%	
BANCOS	\$ 0,00	0,00%	18,85%	0,00%	
TOTAL	\$ 30.000.000,00	100,00%		28,80%	WACC

Cuadro 39. Costo Promedio Ponderado de Capital con financiamiento.

Fuente: Elaboración propia

FUENTE DE FINANCIACION DEL PROYECTO	VALOR	PONDERADO	COSTO	C. CAPITAL	
RECURSOS PROPIOS	\$ 30.000.000,00	60,06%	28,80%	17,30%	
BANCOS	\$ 19.947.105,57	39,94%	18,85%	7,53%	
TOTAL	\$ 49.947.105,57	100,00%		24,83%	WACC

Cuadro 40. Costo Promedio Ponderado de Capital con financiamiento.

Fuente: Elaboración propia

Observando ambos cuadros, se detalla que el CPPC es inferior cuando se aplica apalancamiento financiero, esto es debido a que se elimina el efecto de la exigencia de un 28,80% por los accionistas sobre el total de la inversión, y sólo se le aplica al porcentaje de la inversión aportado por éstos, mientras que al resto se le exige el costo de asumir deuda.

Si se quiere ver aún más el efecto de los intereses sobre el CPPC, se aplica al cálculo del CPPC en su renglón de contribución marginal impositiva y se obtiene una tasa menor.

FUENTE DE FINANCIACION DEL PROYECTO	VALOR	PONDERADO	COSTO	(1-0,85)	C. CAPITAL	
RECURSOS PROPIOS	\$ 30.000.000,00	60,06%	28,80%		17,30%	
BANCOS	\$ 19.947.105,57	39,94%	18,85%	25%	1,88%	
TOTAL	\$ 49.947.105,57	100,00%			19,18%	WACC

Cuadro 41. Costo Promedio Ponderado de Capital con financiamiento, tomando en cuenta el beneficio del impuesto.

Fuente: Elaboración propia

El beneficio de ser exento los intereses del impuesto a la renta hace que disminuya el costo de financiamiento por aún más por concepto de deuda pasando de 7,53% a 1,88%.

Para efecto de este estudio, este último valor no será tomado en cuenta para la decisión final.

CRITERIOS DE DECISIÓN

Los criterios de decisión como fue planteado en el capítulo 2, son pautas o valores mínimos que deben tomar los resultados aplicados a través de la técnica de evaluación a los fines de evaluar si los resultados esperados cubren las expectativas de los accionistas, inversionistas o acreedores.

Para ello se calcularon las técnicas que evalúan el dinero a través del tiempo como lo son: Valor Presente Neto VPN, Tasa Interna de Rentabilidad TIR, el índice de rentabilidad también llamada Beneficio-Costo, Período de Recuperación de la Inversión PRI.

Técnica	Criterio	Resultado	Punto de comparación	Decisión
VAN =	VAN>0 Se acepta;VAN=0 es indiferente; VAN<0 Se rechaza	30.854.538	0	SE ACEPTA
TIR =	TIR>TD o TR Se acepta;TIR=TD o TR es indiferente; TIR<TD o TR Se rechaza	52,02%	28,80%	SE ACEPTA
B/C =	B/C>1 Se acepta;B/C=1 es indiferente; B/C<1 Se rechaza	1,18	1	SE ACEPTA
PRI	PRI < Vida útil ó horizonte de tiempo analizado se acepta, caso contrario se rechaza	3,32	5	SE ACEPTA

Cuadro 42. Criterios de decisión sin financiamiento

Fuente: Elaboración propia

Comparando ambos cuadros se observa con el proyecto que uso apalancamiento financiero produce mayores beneficios financieros. Por ejemplo, sin financiamiento el proyecto produciría

bajo el escenario planteado un VPN de \$35.181.702, una TIR de 55,65%, siendo superado por el uso de deuda con VPN de \$45.605.973 y una TIR de 91,86%, en ambos casos y tomando en cuenta los criterios el proyecto puede ser aceptado. Similar sucede con el PRI en ambos casos la inversión se recuperaría antes de los cinco años, pero por efecto de apalancamiento financiero la inversión se estima recuperar en un tiempo inferior a los dos años.

Técnica	Criterio	Resultado	Punto de comparación	Decisión
VAN =	VAN>0 Se acepta;VAN=0 es indiferente; VAN<0 Se rechaza	40.812.025	0	SE ACEPTA
TIR =	TIR>TD o TR Se acepta;TIR=TD o TR es indiferente; TIR<TD o TR Se rechaza	87,19%	24,83%	SE ACEPTA
B/C =	B/C>1 Se acepta;B/C=1 es indiferente; B/C<1 Se rechaza	1,15	1	SE ACEPTA
PRI	PRI < Vida útil ó horizonte de tiempo analizado se acepta, caso contrario se rechaza	1,80	5	SE ACEPTA

Cuadro 43. Criterios de decisión con financiamiento

Fuente: Elaboración propia

ANALISIS FINANCIEROS A TRAVES DE LAS RAZONES FINANCIERAS

El análisis de las razones financieras se realiza a los fines de conocer como es o será el desempeño económico financiero de la empresa, como en nuestro caso, la situación financiera del restaurante Healthy Food, para ellos se determinó algunas de las razones financieras más conocidas.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAPITAL DE TRABAJO NETO	30.028.172	37.101.850	65.631.806	95.848.615	127.446.957
ENDEUDAMIENTO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS	33,95%	25,05%	20,06%	16,85%	14,64%
RENDIMIENTO SOBRE PATRIMONIO	43,44%	31,64%	25,27%	21,01%	18,11%
MARGEN BRUTO DE GANANCIA	58,34%	57,89%	57,43%	56,93%	56,41%
MARGEN NETO	14,96%	15,18%	15,40%	15,40%	15,40%

Cuadro 44. Razones financieras estimadas sin financiamiento

Fuente: Elaboración propia

De la comparación que se puede realizar entre ambos cuadros destaca el presentado en el margen de ganancia neto donde por efecto apalancamiento financiero las utilidades se ven incrementadas en contrastes con las halladas en la misma razón financiera, pero sin el uso de financiamientos.

En ambos casos la empresa produciría ganancias, destacándose el rendimiento de los activos que se sin financiamiento por encima del porcentaje hallado para CPPC para el primer, y de dos años para cuando se usa financiamiento, hecho que llama la atención a efectos, ya que para los

años siguientes siguen disminuyendo. Sin embargo, la rentabilidad del proyecto esperado supera con creces los esperados tanto por accionistas como por acreedor.

Los índices de endeudamiento no se pudieron calcular en el caso de sin financiamiento, por cuanto sólo se recurrió a fondos propios para financiar la inversión. Mientras que con el uso de deuda siempre fue menor que uno, lo que destaca que hubo una relación donde el patrimonio supera lo financiado por terceras personas y año tras año va disminuyendo, lo cual puede generar confianza a los inversionistas, ya que los accionistas al invertir en su empresa demuestran que creen en ella.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAPITAL DE TRABAJO NETO	30.028.172	61.890.217	85.650.051	110.931.626	137.760.397
ENDEUDAMIENTO	0,66	0,57	0,46	0,34	0,18
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS	28,16%	22,91%	19,48%	17,01%	15,20%
RENDIMIENTO SOBRE PATRIMONIO	40,97%	30,83%	25,19%	21,33%	18,69%
MARGEN BRUTO DE GANANCIA	22,00%	22,00%	22,00%	22,00%	22,00%
MARGEN NETO	19,67%	20,09%	20,53%	21,00%	21,48%

Cuadro 45. Razones financieras estimadas con financiamiento

Fuente: Elaboración propia

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad nos mide que tan vulnerables podemos ser ante variaciones de las variables analizadas. La metodología usada fue el cálculo invariable del análisis de sensibilidad

usando los datos en una hoja de Excel con las funciones propias de éste, usando el VPN hallado tanto sin financiamiento con el de financiamiento.

La forma de cálculo fue hallar las variables de mayor susceptibilidad en el proyecto y generar posibles escenarios, para la demostración en éste documento se utilizó las unidades a vender y los precios para los cuales se creó un escenario de disminución de un 5% en ambos casos, y luego se procedió en Excel a la función datos y luego análisis Y si en la sección cuadro de datos a fijar los valores originales a cada celda para finalmente proceder a correr el logaritmo que presenta Excel.

Los datos arrojados se presentan en las cuadros siguientes, para lo cual se observan datos muy significativos y decisivos en cuanto al financiamiento sí o no, y a lo susceptible que estaría la empresa ante cambios en las unidades a vender o disminución de los precios cuando no se acude al apalancamiento financiero.

Cuadro 46. Análisis de sensibilidad sin financiamiento

		UNIDADES A VENDER antes una disminución del 5%					
VAN	\$ 30.854.538,31	7.049	6.696	6.361	6.043	5.741	
PRECIO ante una	\$ 21.846,98	\$ 30.854.538,31	\$ 26.505.416,88	\$ 18.458.561,79	\$ 7.855.845,97	\$ (3.937.223,27)	
Disminución del 5%	\$ 20.754,63	\$ (6.615.369,00)	\$ (9.065.281,45)	\$ (13.599.545,28)	\$ (19.577.030,02)	\$ (26.230.279,83)	
	\$ 19.716,90	\$ (29.191.860,59)	\$ (30.502.070,68)	\$ (32.927.675,09)	\$ (36.126.780,34)	\$ (39.689.658,42)	
	\$ 18.731,05	\$ (42.026.064,91)	\$ (42.690.511,76)	\$ (43.920.878,67)	\$ (45.544.154,29)	\$ (47.352.798,08)	
	\$ 17.794,50	\$ (48.910.746,86)	\$ (49.229.594,69)	\$ (49.820.101,00)	\$ (50.599.365,50)	\$ (51.467.871,75)	

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 47. Análisis de sensibilidad con financiamiento

	UNIDADES A VENDER antes una disminución del 5%					
VAN	\$ 40.812.024,68	7.049	6.696	6.361	6.043	5.741
PRECIO ante una	\$ 21.846,98	\$ 40.812.024,68	\$ 36.492.037,16	\$ 28.493.841,18	\$ 17.944.051,98	\$ 6.193.364,39
Disminución del 5%	\$ 20.754,63	\$ 31.547.715,77	\$ 27.699.106,94	\$ 20.572.195,74	\$ 11.168.625,25	\$ 690.288,38
	\$ 19.716,90	\$ 24.956.729,85	\$ 21.442.158,20	\$ 14.932.916,44	\$ 6.342.468,23	\$ (3.232.412,38)
	\$ 18.731,05	\$ 19.922.120,65	\$ 16.661.754,73	\$ 10.622.779,72	\$ 2.651.860,76	\$ (6.234.004,06)
	\$ 17.794,50	\$ 15.820.175,61	\$ 12.766.281,69	\$ 7.109.427,06	\$ (357.760,36)	\$ (8.682.936,51)

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos en este trabajo son suficientes para determinar que es posible y viable abrir un restaurante de comida saludable en el Municipio de Villamaría-caldas; Para ello se integró un proyecto de inversión tomando en cuenta los aspectos relevantes para su apertura siendo este el principal objetivo se puede decir que se cumplió en su totalidad, esto se logró utilizando un modelo de evaluación de proyectos propio el cual permitió estudiar los diferentes campos que un establecimiento de este tipo abarca.

En cuanto a la rentabilidad será el indicador confiable de la inversión, el cual este proyecto arrojó resultados positivos, ya que a lo largo de los 5 años evaluados se recupera la inversión inicial y se obtienen ganancias, con un incremento de ventas desde el segundo año hasta el quinto año del 7%, de los cuales se benefician los accionistas; y estas mismas se utilizan para reinvertir en el proyecto.

De acuerdo a la evaluación financiera realizada, se concluye que el proyecto propuesto es rentable dado que el VAN es positivo (\$48.812.024) eso quiere decir que la inversión es financieramente viable ya que además de recuperar la inversión y de obtener la rentabilidad deseada, se genera un incremento en los ingresos. Mientras mayor sea el VAN, mayor será el aumento del valor financiero de los activos del inversionista.

La fuente de financiación de nuestro proyecto está dividido en socios con un aporte de (\$30.000.000) y será financiado por medio de un préstamo bancario de (\$19.947.105) el total de la inversión es de \$49.947.105; siendo el porcentaje de contribución de los socios de 60,06% y el de los bancos equivale a un 39,94%.

Referente a la TIR de este proyecto es positiva siendo de (87,19%) debido a que ésta es mayor a la tasa de oportunidad, produciendo ganancias para los inversionistas.

En cuanto al beneficio/costo, el proyecto tiene un resultado de 1,15, siendo mayor a uno, esto indica que el beneficio obtenido es mayor al costo, por ende, el proyecto es viable.

Para el periodo de recuperación de la inversión (PRI), la inversión se recupera antes de los cinco años, aceptando el proyecto con un resultado de 1,80; teniendo la posibilidad de recuperar la inversión en un plazo menor de 2 años y antes de culminar el horizonte de tiempo estudiado -5 años.

En cuanto al flujo neto de caja de operaciones se evidenció un aumento progresivo para cada año, dando como resultado para el año final una solvencia económica por ende se podrá cubrir con la totalidad de la deuda, y seguir invirtiendo en el proyecto para aumentar el capital de los socios.

Para el flujo de caja neto con financiamiento se evidencio que el proyecto se encuentra en una situación sana económicamente, ya que para el segundo año genera un valor de \$26.525.910 y a partir del segundo año tiene un aumento progresivo, terminando en el año quinto con \$50.708.806, lo cual indica que el proyecto está en condiciones de permanecer con solvencia.

El análisis de sensibilidad con financiamiento para el proyecto para la apertura de un restaurante de comida saludable “Healthy Food” se toma la decisión de inversión, el cual arroja resultados positivos de acuerdo a las diferentes variables, teniendo unidades a vender ante una disminución del 5%, el cual se puede tomar todos los precios de los platos, y así mismo llegar a vender desde 7.049 unidades hasta 5.741 unidades; exceptuando vender 6.043 unidades a un precio de \$17.794 y 5.741 unidades a un precio igual o inferior de \$19.716.

De acuerdo con la investigación de mercados obtenida a través de la encuesta, los resultados son positivos y le brinda al proyecto tomar la decisión de crear el restaurante de comida saludable, arrojando porcentajes provechosos, donde la gente del municipio de Villamaria-Caldas desean aumentar su alimentación saludable, estando dispuestos a pagar por el valor de los platos que el restaurante ofrece, les interesa el servicio que el proyecto ofrece, ya que las personas quieren cambiar su estilo de vida y mejorar su salud.

Una alimentación sana permite por un lado que el organismo funcione con normalidad, que cubra las necesidades fisiológicas básicas, y por otro, reduce el riesgo de padecer enfermedades a corto y largo plazo.

Se recalca la importancia de la relación entre los estudios de factibilidad, financieros y económicos con la concientización que se quiere lograr en el municipio de Villamaria-Caldas, si bien los resultados de la evaluación financiera son positivos, también es de vital importancia crear el hábito de la sana alimentación entre los clientes potenciales y más aún mantenerlo, logrando de esa manera permanecer en el tiempo.

9. Bibliografía

- Administración. (08 de Abril de 2001). *Gestiopolis* . Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>
- Alcaldía de Manizales. (19 de Septiembre de 2017). Obtenido de <http://www.saladeprensamanizales.com/noticia/4140>
- Alizaga, T. D. (2020). *Scribd Inc*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/80725406/Historia-de-La-Investigacion-de-Mercado>
- Amengual, A. (13 de Octubre de 2016). *Biografía de un plato* . Obtenido de <http://biografiadeunplato.com/que-es-comer-sano/>
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de Marketing* (Vol. 11). MyMarketingLab. Obtenido de https://issuu.com/isarodriguezvb/docs/fundamentos_de_marketing_-_philip_k
- ANLA. (s.f.). *Autoridad Nacional de Licencias Ambientales*. Obtenido de <http://portal.anla.gov.co/estudio-impacto-ambiental>
- Arias, A. S. (2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Baca, G. (2001). *Evaluación de Proyectos*. Cuauhtémoc: McGRAW-HILL.
- Barbosa, P. T. (s.f.). *La Patria*.
- Benitez, M. B. (26 de Marzo de 2017). *SlideShare*. Obtenido de <https://www.slideshare.net/mayrabelensosabenite/marketing-estrategico-1-mayrasosa-1>
- Burguillo, R. V. (2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/analisis-costebeneficio.html>
- Camacho, M., & Perez, G. (2013). Restaurantes Toks: estrategias de responsabilidad social. *Revista Innovar Journal*, 23, 7. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v23n49/v23n49a12.pdf>
- Cámara de Comercio de Bogotá . (3 de Abril de 2016). *Cámara de Comercio de Bogotá* . Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-Lacteo-de-Bogota-Region/Noticias/2016/Abril-2016/Conozca-los-requisitos-para-abrir-un-nuevo-negocio-de-productos-alimenticios>
- Colprensa. (02 de Junio de 2017). *El Heraldo*. Obtenido de <https://www.elheraldo.co/salud/62-de-los-colombianos-dispuestos-pagar-mas-por-alimentos-saludables-368473>
- Cuidate plus. (2020). (U. E. Revistas, Editor) Obtenido de <https://cuidateplus.marca.com/alimentacion/diccionario/comida-saludable.html>

- Dafevi. (Junio de 2014). *Anexo virtual*. Obtenido de <https://anexovirtual.blogspot.com/2014/06/estudio-mercado-historia.html>
- Dahl Vélez, J., & Hernández Visbal, N. (2017). *Análisis del Mercado de Comida Saludable en Bogotá*. Bogotá.
- Dinero. (30 de Agosto de 2018). Así prospera el mercado de alimentos saludables. *Dinero*. Obtenido de <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/mercado-de-alimentos-saludables-en-colombia-en-2018/261433>
- DKV. (17 de Mayo de 2017). *DKV Salud*. Obtenido de <https://quierocuidarme.dkvsalud.es/alimentacion/por-que-es-importante-llevar-una-alimentacion-saludable>
- Economica, Z. (2019). *Zonaeconomica*. Obtenido de <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- Emprende pyme. (2016). *Emprendepyme*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html>
- Empresa actual. (21 de Octubre de 2019). *EmpresaActual.com*. Obtenido de <https://www.empresaactual.com/el-wacc/>
- Escobar, Alejandro Barrera. (Agosto de 2018). *Boletín económico, Cámara de Comercio de Manizales por Caldas*. Obtenido de http://estudios.ccmpe.org.co/wp-content/uploads/2018/10/Dinamica_empresarial_municipios_de_Caldas_I_.pdf
- Escobar, K. M. (2014). *Plan de empresa para la creación de un restaurante de comida fitness en la ciudad de cali*. Cali. Obtenido de <https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/6642/1/T04728.pdf>
- Espinoza, S. F. (2007). Los proyectos de inversión. En S. F. Espinoza, *Los proyectos de inversión* (págs. 15-28). Editorial Tecnológica de Costa Rica. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=erlnsjksolMC&oi=fnd&pg=PA11&dq=proyectos+de+inversi%C3%B3n+publica&ots=loR4S3BnCa&sig=ogr6EOM9CAkEOTVNI-BfMJBZpek#v=onepage&q=proyectos%20de%20inversi%C3%B3n%20publica&f=false>
- Fischer, L. (2011). *MERCADOCTENIA*. Mexico. Obtenido de https://www.academia.edu/18897949/Libro_Mercadotecnia_Laura_Fischer_y_Jorge_Espejo
- Flores, K. R. (2016). *La Gestión de Calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes*. Tesis de grado, Cañete - Perú. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1083/GESTION_DE_CALIDAD_MYPE_GOICOCHA_FLORES_KARINA_ROSSI.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gamba, P. (7 de Mayo de 2014). *Prezi*. Obtenido de <https://prezi.com/n5jvhmbybuw1/teoria-investigacion-de-mercado-philp-kotler/>

- García, J. (31 de Mayo de 2017). La Patria.com. Obtenido de <http://www.lapatria.com/salud/en-accion-por-los-habitos-saludables-en-villamaria-367796>
- Gestión en recursos naturales. (2019). *Gestión en recursos naturales*. Obtenido de <https://www.grn.cl/estudios-sociales.html>
- Giraldo, M. C. (16 de Marzo de 2016). *Prezi*. Obtenido de <https://prezi.com/b3ohxkq3i4go/estudio-ambiental-de-un-proyecto/>
- Gobierno de Caldas. (3 de Abril de 2019). *Gobierno de Caldas*. Obtenido de <https://caldas.gov.co/index.php/prensa/noticias/6400-caldas-supera-meta-de-tiendas-saludables-para-combatir-indices-de-obesidad-y-diabetes-en-instituciones-educativas-el-objetivo-era-vincular-32-establecimientos-y-a-la-fecha-hay-48-escuelas-saludables>
- Gobierno Digital. (10 de Abril de 2018). *Alcaldía Municipal de Villamaría en Caldas*. Obtenido de <http://www.villamaria-caldas.gov.co/municipio/poblacion>
- Health, C. f. (27 de Julio de 2015). *Center for Young Women's Health*. Obtenido de <https://youngwomenshealth.org/2001/07/18/alimentacion-saludable/>
- Hoyos, J. P. (30 de Agosto de 2011). *Prezi*. Obtenido de <https://prezi.com/lze52jxlbjsg/normatividad-para-restaurantes/>
- Infoautónomos. (6 de Octubre de 2017). *Infoautónomos, nacer, crecer, triunfar*. Obtenido de <https://www.infoautonomos.com/estudio-de-mercado/breve-guia-para-estudio-de-mercado/>
- Kantar. (16 de Octubre de 2018). *El consumo de productos saludables en Colombia*. Obtenido de <https://www.kantarworldpanel.com/co/Noticias/El-consumo-de-productos-saludables-en-Colombia>
- Kanuk, S. y. (2001). *Capítulo 2: Marco teórico*. Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/arroyo_g_dm/capitulo2.pdf
- Kelly Muñoz Escobar. (2014). *PLAN DE EMPRESA PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA FITNESS EN LA CIUDAD DE CALI*. Santiago de Cali. Obtenido de <https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/6642/1/T04728.pdf>
- kojima, A. (26 de Marzo de 2010). *CreceNegocios*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/como-hallar-la-demanda-potencial/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. Mexico. Obtenido de <https://www.caja-pdf.es/2013/08/26/fundamentos-de-marketing-kotler-8edi/fundamentos-de-marketing-kotler-8edi.pdf>

- La Patria. (06 de Abril de 2015). Negocios saludables, una forma de respetar la vida. *La Patria*. Obtenido de <https://www.lapatria.com/negocios/negocios-saludables-una-forma-de-respetar-la-vida-185675>
- Labor Mexicana . (2015). *LABOR MEXICANA-BPO.SHELTER COMPANY*. Obtenido de <http://www.labormx.com/estudio-factibilidad.html>
- Labor Mexicana. (2015). *LABOR MEXICANA-BPO.SHELTER COMPANY*. Obtenido de <http://www.labormx.com/estudio-factibilidad.html>
- Mankiw, N. G. (2012). *Principios de economia*. Mexico: Cengage Learning Editores, S.A. de C.V. Obtenido de <http://www.jaimedv.com/eco/1c1-micro/mankiw-principios-eco-ed6.pdf>
- Mar Con. (2019). *StuDocu*. Obtenido de <https://www.studocu.com/es-ar/document/universidad-argentina-de-la-empresa/marketing/resumenes/resumen-libro-kotler-marketing-libro-completo/2926669/view>
- Mendoza, R. (13 de Septiembre de 2011). *SlideShare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/RosaMendozaFatla/estudio-social>
- Meza, J. d. (2005). Evaluación Financiera de Proyectos. En J. d. Meza, *Evaluación Financiera de Proyectos* (pág. 18). Cesar: ECO Ediciones. Obtenido de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/54554688/Evaluacion-financiera-de-proyectos-4ta-Edicion.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DEVALUACION_FINANCIERA_PROYECTOS.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWY
- Minsalud. (2020). *Ministerio de salud*. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/HS/Paginas/que-es-alimentacion-saludable.aspx>
- Miranda Miranda, J. J. (2005). *Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera-económica-social-ambiental*. (MMEditores, Editor) Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>
- Mongui, F., & Chica, N. (2016). *Estudio de factibilidad para la creación del restaurante mi sazón en el sector de la zona 93 en Bogotá*. Bogotá D.C.
- Morales, V. V. (2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/payback.html>
- Moreno, A. F. (21 de Noviembre de 2018). *Universidad del Rosario*. Obtenido de <http://www.urosario.edu.co/Periodico-NovaEtVetera/Salud/Numeros-alarman-sobre-la-obesidad-en-Colombia/>
- Navarr, J. D. (25 de Enero de 2018). *ABCFinanzas.com*. Obtenido de <https://www.abcfianzas.com/administracion-financiera/que-es-un-analisis-de-sensibilidad>

- Navarro, J. D. (25 de Enero de 2018). *ABCfinanzas.com*. Obtenido de <https://www.abcfinanze.com/administracion-financiera/que-es-un-analisis-de-sensibilidad>
- Neyra Cruz, C., Palomino Hernández, C., & Díaz Uced, F. (2016). *PLAN DE NEGOCIOS PARA IMPLEMENTAR UN FAST FOOD*. Miraflores, Peru. Obtenido de http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1848/Carlos_Tesis_maestria_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Nielsen. (23 de Marzo de 2017). *The Nielsen Company US*. Obtenido de <https://www.nielsen.com/co/es/insights/reports/2017/La-revolucion-de-los-alimentos-en-America-Latina-la-salud-es-una-prioridad-para-el-consumidor.html>
- Orjuela Córdova, S., & Sandoval Medina, P. (2002). *"GUÍA DEL ESTUDIO DE MERCADO PARA LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS"*. Tesis, Santiago de Chile. Obtenido de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/46902261/guia-del-estudio-de-mercados-para-la-evaluacion-de-proyectos.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DGuia_del_estudio_de_mercados_para_la_eva.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-A
- Padilla, M. C. (2011). *Formulacion y evaluacion de proyectos*. Bogota: Ecoe Ediciones, 2011. Obtenido de https://www.academia.edu/38322134/Formulacion_y_evaluacion_de_proyectos_marcial_coacuterdoba_padilla
- Patria, L. (31 de Mayo de 2017). En acción por los hábitos saludables en Villamaría. *La Patria*.
- Perez Porto, J., & Gardey, A. (2015). *Definición.de*. Obtenido de <https://definicion.de/prospectiva/>
- Pesantes Pincay, E., Uzcategui Garcia, J., & Succety Gonzales, M. (2010). *PROYECTO DE INVERSION PARA LA CREACION DE UN RESTAURANTE DE DIETAS VARIADAS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL*. Obtenido de <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:XhjORNfuD0MJ:https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10770/4/PROYECTO%2520DE%2520INVERSION%2520PARA%2520LA%2520CREACION%2520DE%2520UN%2520RESTAURANTE%2520DE%2520DIETAS%2520VARIADAS%2520EN%2>
- Pimentel, E. (2008). *Formulación y Evaluación de Proyecto de Inversión*.
- Pinto Prades, J., & Abellan, J. (2003). MÉTODOS PARA LA EVALUACIÓN ECONÓMICA DE NUEVAS PRESTACIONES. En J. L. Prades, *MÉTODOS PARA LA EVALUACIÓN ECONÓMICA DE NUEVAS PRESTACIONES* (págs. 176,177). Barcelona. Obtenido de http://www.mscbs.gob.es/va/estadEstudios/estadisticas/docs/metodos_evaluacion.pdf
- Question Pro. (2020). *Question Pro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-explicativa/>

- Ramirez Almaguer, D. (Marzo de 2009). *eumed.net*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>
- Ramirez, I. (12 de Noviembre de 2016). *SlideShare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/vijalero/analisis-de-datos-en-un-proyecto-de-investigacion>
- RCN Radio. (2018). *RCN Radio*. Obtenido de <https://www.rcnradio.com/clicks/aumento-4-2-consumo-alimentos-saludables-colombia>
- Rojas, E. R. (31 de Octubre de 2018). La actividad física impulsó a Caldas en el Premio Hábitos y Estilos de Vida Saludable. Obtenido de <https://www.lapatria.com/salud/la-actividad-fisica-impulso-caldas-en-el-premio-habitos-y-estilos-de-vida-saludable-425973%20>
- Santos, T. S. (Noviembre de 2008). *Contribuciones a la Economía*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>
- Santos, T. S. (Noviembre 2008). Estudio de factibilidad de un proyecto de inversion. *Contribuciones a la economía*, 1.
- Sanz, R. (30 de Abril de 2017). *Cursos.com*. Obtenido de <https://cursos.com/metodo-cuantitativo/>
- Sapag, N., & Sapag, R. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana.
- Saurez, X. (s.f.). Obtenido de <https://independent.academia.edu/ximenasuarez12>
- Sinnaps. (2019). *Sinnaps*. Recuperado el 01 de 03 de 2019, de <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodologia-cualitativa>
- Smith, A. (1776). Obtenido de <https://communityofinsurance.es/2010/05/21/marketing-y-segmentacion-de-clientes-ya-lo-dijo-adam-smith/>
- Soto, J., Asprilla Diaz, A., & Quintero, M. (Cali). *Comer bien es salud*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/MDMQS/proyecto-alimentacin-saludable-49146541>
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de <https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>
- Técnicas de Investigación Educativa G38. (s.f.). *Técnicas de Investigación Educativa G38*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/tecnicasdeinvestigaciond38/metodos-estadisticos/1-1-analisis-de-datos>
- Universidad Nacional de Colombia. (s.f.). *Estudio social en un proyecto de inversión*. Obtenido de <https://www.coursehero.com/file/23559423/Estudio-social-en-un-proyecto-de-inversi%C3%B3n/>

Universidad Nacional de Misiones. (2014). LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO POR EL CRITERIO PSICOGRÁFICO: UN ENSAYO TEÓRICO SOBRE LOS PRINCIPALES ENFOQUES PSICOGRÁFICOS Y SU RELACIÓN CON LOS CRITERIOS DE COMPORTAMIENTO. *Visión de Futuro*, 36. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357938586002.pdf>

Urbina, G. B. (2010). *Evaluacion de proyectos*. Mexico . Obtenido de https://issuu.com/jazmindelacruz/docs/gabriel_baca_urbina-evaluacion_de_p

Van Dalen, D., & Meyer, W. (12 de Septiembre de 2006). *Noemagico*. Obtenido de <https://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigaci-n-descriptiva.php>

Vargas, L. N. (2011). *PERCEPCIÓN DE ALIMENTACIÓN SALUDABLE, HÁBITOS ALIMENTARIOS ESTADO NUTRICIONAL Y PRÁCTICA DE ACTIVIDAD FÍSICA EN POBLACIÓN DE 9-11 AÑOS DEL COLEGIO CEDID CIUDAD BOLÍVAR, BOGOTÁ*. Bogota. Obtenido de <https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ciencias/tesis704.pdf>