

**PARRILLADA “BARRIGA LLENA, CORAZÓN CONTENTO”
Informe Final de Investigación - IFI**

NATHALIA GRANADOS SÁENZ

C.C 1.098´620.487 Bga.

**Facultad de Postgrados
Bogotá, D.C.
Especialización en Gerencia de Proyectos
Informe Final de Investigación - IFI
Universidad EAN
Febrero de 2013**

TABLA DE CONTENIDO

Resumen Ejecutivo.....	3
Módulo 1: Naturaleza del Proyecto.....	9
1.1 Justificación.....	9
1.2 Nombre de la Empresa.....	9
1.3 Tipo de Empresa.....	9
1.4 Ubicación y Tamaño.....	10
1.5 Misión.....	10
1.6 Visión.....	10
1.7 Objetivos.....	10
1.8 Ventajas Competitivas.....	11
1.9 Perfil de los Emprendedores.....	12
Modulo 2: Mercado.....	13
2.1 Investigación de Mercados.....	13
2.2 Estudio de Mercados.....	19
2.3 Estrategia de Precios.....	21
2.4 Estrategia de Prestación de Servicios.....	23
2.5 Estrategia de Promoción.....	24
2.6 Estrategia de Comunicación.....	24
2.7 Estrategia de Servicio.....	24
2.8 Plan de Ventas.....	24
Módulo 3: Técnico.....	27
3.1 Concepto del Producto.....	27
3.2 Estado de Desarrollo.....	28
3.3 Descripción Proceso Productivo.....	28

3.4	Necesidades y Requerimientos.....	29
Módulo 4: Organización.....		31
4.1	Estructura Organizacional.....	31
4.2	Análisis DOFA.....	32
4.3	Administración de Sueldos y Salarios.....	33
4.4	Marco Legal de la Organización.....	33
Módulo 5: Financiero.....		34
5.1	Inversión.....	34
5.2	Balance General.....	35
5.3	Estado de Resultados.....	35
5.4	Flujo de Caja Presupuestado.....	36
5.5	Evaluación del Proyecto.....	36
Bibliografía.....		37

RESUMEN EJECUTIVO

- **Nombre comercial:** Barriga Llena, Corazón Contento
- **Servicio:** restaurante. Empresa comercial y de servicios
- **Ubicación:** La empresa estará ubicada en Floridablanca – Santander, área metropolitana de Bucaramanga.
- **Objetivos**

Objetivos Corto Plazo (1 año):

- a. Inaugurar el primer establecimiento de *Barriga Llena, Corazón Contento*
- b. Diseñar e implementar un plan estratégico a la compañía y un plan operativo a cada área
- c. Crear un programa de fidelización de clientes
- d. Alcanzar los fines de semana un nivel de ocupación del 80%
- e. Alcanzar el punto de equilibrio
- f. Establecer un programa postventa que nos permita conocer la percepción de calidad y otras necesidades por satisfacer a nuestros clientes
- g. Estandarizar los procesos de producción.

Objetivos Mediano Plazo (3 años):

- a. Implementar el servicio BARRIGA LLENA – CORAZON CONTENTO en tu casa
- b. Mejorar las instalaciones de BARRIGA LLENA – CORAZÓN CONTENTO
- c. Ofrecer e implementar servicios adicionales solicitados por los clientes
- d. Brindar espacios de diversión y esparcimiento a todos los miembros de la familia

- e. Realizar estudio de factibilidad de apertura del nuevo punto en San Gil

Objetivos Largo Plazo (5 años):

- a. Realizar apertura de un nuevo punto en San Gil.

○ **Perfil de los emprendedores**

Área de Especialidad	Profesión	Nivel de Formacion				Dominio de Idiomas	Experiencia
		Preg.	Postg.	P.H.D	Otro		
Administrativo	Administrador		x			Inglés	Expropietario cafetería, tesorero Pacific Rubiales.
Compras	Comercio Exterior		x			Inglés	Director económico ANALDEX.
Logística y Producción	Ing. Industrial		x			Inglés	Propietaria café, analista financiera SCIA, planeación UPB

○ **Potencial del Mercado en Cifras**

- a. Bucaramanga ocupa el cuarto lugar de crecimiento económico en el país con un 4.3%; siendo el sector de comercio, hoteles y restaurantes, el primer promotor del mismo
- b. Santander una de las 6 zonas más apetecidas para abrir restaurantes por el crecimiento del turismo de aventura
- c. La industria gastronómica en Colombia sigue creciendo. En el primer trimestre del 2011, el sector registró un crecimiento de 15,9 por ciento en las ventas, en tanto que un año atrás esa variación alcanzó el 10,7 por ciento
- d. A 2010 de acuerdo a un análisis realizado por *El Portafolio*, el 70% de los colombianos almuerzan fuera de casa.

○ **Ventajas Competitivas**

- a. Confiabilidad al cliente en siempre encontrar disponible los productos ofrecidos dentro del menú.
- b. Agilidad en los tiempos de servicio al cliente, inferiores al estándar, manteniendo siempre la calidad.
- c. Restaurante campestre de parrillada típica a base de leña.

○ **Resumen de Inversiones Requeridas**

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Edificaciones y Construcciones			21,000,000
Adecuación Lote	1	6,800,000	6,800,000
Cocina	1	9,500,000	9,500,000
Kiosco	1	4,700,000	4,700,000
Maquinaria y Equipo			28,750,000
Equipo de refrigeración	2	6,000,000	12,000,000
Parrilla	5	1,950,000	9,750,000
Estufa industrial	3	1,800,000	5,400,000
Caja Registradora	1	1,600,000	1,600,000
Muebles y Enseres			36,600,000
Inmobiliario	40	550,000	22,000,000
Decoración	1	8,000,000	8,000,000
Utensilios	1	5,000,000	5,000,000
Escritorio	2	800,000	1,600,000
Equipos de Oficina			7,200,000
Equipo de Cómputo	2	2,600,000	5,200,000
Impresora	1	2,000,000	2,000,000
Apertura del Negocio			27,293,000
Gastos de constitución	1	8,000,000	8,000,000
Materias primas	1	5,000,000	5,000,000
Servicios	1	2,900,000	2,900,000
Gastos de Personal	1	11,393,000	11,393,000
Total Inversión			120,843,000

Total Inversión "Barriga Llena, Corazón Contento"	120,843,000
Aporte Socios	70,000,000
Crédito	50,843,000

c. Flujo de Caja:

FLUJO DE CAJA	PERIODO			
	2013	2014	2015	2016
Utilidad Operacional	11,203,250	76,262,600	122,146,760	237,421,640
Depreciación	2,908,750	11,635,000	11,635,000	11,635,000
(-) Variación de Materias primas	(5,000,000)	(2,500,000)	(3,750,000)	(5,625,000)
(-) Gastos Financieros	1,657,855	6,000,729	4,886,320	3,854,094
(-) Amortización a Capital	(1,828,285)	(7,943,830)	(9,058,239)	(10,328,985)
(-) Impuesto de Renta (35%)	-	-	(42,986,212)	(107,533,891)
Saldo del periodo	8,941,569	83,454,500	82,873,629	129,422,858
Saldo Acumulado	8,941,569	92,396,069	175,269,698	304,692,556

d. Rentabilidad:

FLUJO DE CAJA	PERIODO				
	Apertura	2013	2014	2015	2016
Saldo Acumulado	(120,843,000)	8,941,569	92,396,069	175,269,698	304,692,556

VPN 275,852,655
Tasa Interna de Retorno 64%

o **Conclusiones Financieras y Viabilidad**

- Barriga Llena, Corazón Contento* es una empresa viable debido a que los resultados de la investigación de mercado arrojan que es un región en crecimiento, con muchos sabores gastronómicos por explotar
- El restaurante alcanzará su punto de equilibrio aproximadamente en el sexto mes de su funcionamiento
- Se contempla un flujo de efectivo positivo desde el primer año hasta el 2016, lo cual se deduce en un valor presente neto de \$275'852.655 y una tasa interna de retorno del 64%
- Se concluye que *Barriga Llena, Corazón Contento* es un proyecto absolutamente viable, que se traduce en una gran oferta para el mercado y una gran oportunidad para sus inversionistas.

MODULO 1: NATURALEZA DEL PROYECTO

1.1 JUSTIFICACIÓN

De acuerdo a los últimos indicadores económicos reportado por la Cámara de Comercio de Bucaramanga, a octubre de 2012 Bucaramanga ocupa el cuarto lugar de las principales ciudades del país, con un crecimiento del 4.3%; siendo el sector de de comercio, hoteles y restaurantes el principal generador del crecimiento económico.

Barriga Llena, Corazón Contento, es una oferta de restaurante que pretende satisfacer una necesidad de la región, debido a que a pesar de su constante crecimiento y desarrollo del turismo, en Santander no hay un restaurante especializado en “fritanga”, con altos estándares de calidad e instalaciones estética.

Como conclusión, para los socios de *Barriga Llena, Corazón Contento*; surge una oportunidad de ofrecer un gran mercado, un lugar en el cual el cliente tenga la posibilidad de escoger entre una oferta de productos típicos de una parrillada criolla y armen su picada según su gusto, apetito y presupuesto, a través de un sistema de servicio ágil, semi-personalizado y de excelente calidad.

1.2 NOMBRE DE LA EMPRESA:

Barriga Llena, corazón contento

1.3 TIPO DE EMPRESA:

Restaurante. Empresa comercial y de servicios

1.4 UBICACIÓN Y TAMAÑO:

La empresa estará ubicada en Floridablanca – Santander, área metropolitana de Bucaramanga. Micro empresa. Sociedad de Acciones Simplificadas S.A.S.

1.5 MISIÓN

En *Barriga Llena, Corazón Contento* servimos parrilladas con estilo, en un ambiente campestre, sencillo y acogedor, tratamos con amor a nuestros colaboradores, respetamos a nuestros proveedores, somos transparentes y contribuimos en el desarrollo de la comunidad donde operamos.

1.6 VISIÓN:

En el 2015, *Barriga Llena, Corazón Contento* será reconocido por satisfacer siempre la necesidad de sus clientes, el respeto con sus aliados y el cuidado de sus trabajadores, convirtiéndose en la primera y mejor opción de parrillada en Santander con la apertura de un nuevo punto en San Gil.

1.7 OBJETIVOS

Objetivos Corto Plazo (1 año):

- h. Inaugurar el primer establecimiento de BARRIGA LLENA - CORAZÓN CONTENTO
- i. Diseñar e implementar un plan estratégico a la compañía y un plan operativo a cada área
- j. Crear un programa de fidelización de clientes
- k. Alcanzar los fines de semana un nivel de ocupación del 80%
- l. Alcanzar el punto de equilibrio

- m. Establecer un programa postventa que nos permita conocer la percepción de calidad y otras necesidades por satisfacer a nuestros clientes
- n. Estandarizar los procesos de producción.

Objetivos Mediano Plazo (3 años):

- f. Implementar el servicio BARRIGA LLENA – CORAZON CONTENTO en tu casa
- g. Mejorar las instalaciones de BARRIGA LLENA – CORAZÓN CONTENTO
- h. Ofrecer e implementar servicios adicionales solicitados por los clientes
- i. Brindar espacios de diversión y esparcimiento a todos los miembros de la familia
- j. Realizar estudio de factibilidad de apertura del nuevo punto en San Gil

Objetivos Largo Plazo (5 años):

- d. Realizar apertura de un nuevo punto en San Gil.

1.8 VENTAJAS COMPETITIVAS

1. Confiabilidad al cliente en siempre encontrar disponible los productos ofrecidos dentro del menú.
2. Agilidad en los tiempos de servicio al cliente, inferiores al estándar, manteniendo siempre la calidad.
3. Restaurante campestre de parrillada típica a base de leña.

1.9 PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES

- a. Nathalia Granados Sáenz. Estudiante Postgrado Gerencia de Proyectos, Ingeniera Industrial Graduada en el año 2008. Co-propietaria de La Academia Café en la Universidad Pontificia Bolivariana 2008-Actualidad, Profesional de Dirección de Planeación y Tutora Cátedra de Emprendimiento Universidad Pontificia Bolivariana 2010-2011, Analista Administrativa y Financiera Schrader Camargo Ingenieros y Asociados 2011- Actualidad. Lo anterior me ha permitido adquirir la habilidad de visualizar las organizaciones como un sistema integrado, los efectos generados de la planeación y los impactos financieros en las decisiones tomadas.

MODULO 2: MERCADO

2.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.1.1 Análisis del Mercado

Bucaramanga, capital del Departamento de Santander, está ubicada al nororiente de Colombia. Su población asciende a 524.112 habitantes. Está rodeada por los municipios de Girón, Floridablanca y Piedecuesta con los cuales se conforma el Área Metropolitana de Bucaramanga, y cuya población urbana asciende a 1.074.929 ciudadanos.



Grafica 2.1: Bucaramanga y área metropolitana

Municipio	Población	Participación
Bucaramanga	524,112	48.76%
Floridablanca	261,142	24.29%
Girón	156,995	14.61%
Piedecuesta	132,680	12.34%
Total	1,074,929	100%

Tabla 2.1: Población Bucaramanga y área metropolitana

Estrato	Bucaramanga		Floridablanca		Girón		Piedecuesta		Total	
1	60,565	11.6%	24,478	9.4%	42,686	27.2%	4,185	3.2%	131,914	12.3%
2	111,905	21.4%	112,203	43.0%	35,791	22.8%	30,654	23.1%	290,553	27.0%
3	166,489	31.8%	79,572	30.5%	59,837	38.1%	97,841	73.7%	403,739	37.6%
4	160,375	30.6%	28,647	11.0%	13,885	8.8%	-	0.0%	202,907	18.9%
5	10,159	1.9%	13,007	5.0%	4,796	3.1%	-	0.0%	27,962	2.6%
6	14,619	2.8%	3,235	1.2%	-	0.0%	-	0.00%	17,854	1.7%
Total	524,112		261,142		156,995		132,680		1,074,929	100.0%

Tabla 2.2: Población Bucaramanga y área metropolitana por estrato

Mercado Techo:

Población de Bucaramanga y su área metropolitana. Total 1'074.929 personas

Mercado Total:

Población de Bucaramanga y su área metropolitana, estratos 3, 4, 5 y 6. Total 652.462 personas.

Mercado Potencial:

Población de Bucaramanga y Floridablanca estratos 3, 4, 5 y 6. Total 476.103 personas.

Nicho de Mercado:

El mercado objetivo al que va dirigido este restaurante tiene las siguientes características:

- Hombres y mujeres entre los 20 y 60 años de edad
- Ubicados en Bucaramanga y su área metropolitana
- Estratos 3, 4, 5 y 6
- Personas con niveles de ingresos superiores a \$1'000.000 de pesos
- Que prefieran almorzar fuera de sus casas los fines de semana

- Les guste la parrillada criolla
- Disfruten de los ambientes campestres.

2.1.2 Análisis del Sector

La industria gastronómica en Colombia sigue creciendo. Según las cifras del Dane y Acodrés, el gremio que agrupa a los restaurantes, revelan que cada vez los colombianos están gastando más en comidas fuera del hogar. En el primer trimestre del 2011, el sector registró un crecimiento de 15,9 por ciento en las ventas, en tanto que un año atrás esa variación alcanzó el 10,7 por ciento. El último dato disponible sobre ventas indica que en el 2009, estas sumaron 25 billones de pesos. En esa oportunidad, el crecimiento anual era de 8,6 por ciento casi la mitad del de hoy.

Los hábitos de vida de los consumidores han impulsado el crecimiento del sector porque la práctica de comer fuera de la casa se ha acentuado, lo que ha hecho que al revisar los gastos de los colombianos en alimentos en 15 ciudades del país, ese rubro muestre un ascenso notorio. Dentro de los gastos totales en alimentos las comidas fuera del hogar representaron 14,4 por ciento a mediados de los ochenta y para el 2007 ese porcentaje ya iban en 35,2 por ciento.

Igualmente, dentro del gasto total de los colombianos, lo relacionado con comidas fuera del hogar ha crecido de 3,6 por ciento hacia 1985 a 8,1 por ciento al cierre del 2007. Curiosamente, estando Bucaramanga, Cali, Neiva, Villavicencio y Bogotá por encima de ese porcentaje promedio.

De acuerdo a un artículo publicado por “El Portafolio”, casi el 70 por ciento de las familias colombianas dicen que almuerzan fuera de la casa, y aunque el estudio no precisa la frecuencia, la cifra sin duda es alta.

Más específicamente, La idiosincrasia del consumidor santandereano ha sido muy importante en el desarrollo de la gastronomía local. Como lo afirma María Luisa Rueda, propietaria de La Cuchara de Palo, “el consumidor santandereano es de cultura tradicional, por lo que la cocina regional y típica en Bucaramanga permanece fuerte”. La importancia de este tipo de cocina se evidencia aún más en el sector turístico, pues resalta aspectos históricos y culturales dignos de dar a conocer a los visitantes.

Adicionalmente, la dinámica de desarrollo de la industria de la capital santandereana, al igual que la formalización del turismo y el fortalecimiento del sector de los hidrocarburos, dejan entrever que los sectores hotelero y gastronómico seguirán siendo favorecidos.

Por otra parte, la industria gastronómica viene en crecimiento y se proyecta como un sector de oportunidades, según informe presentado por el ministerio de Comercio, Industria y Turismo en febrero de 2010. Algunas de las propuestas presentadas en este estudio como oportunidad para el desarrollo de la gastronomía colombiana, es la cocina como experiencia campestre, debido a que una buena parte de los turistas vienen al país con la expectativa de encontrar paisajes, lugares naturales y sitios campestres en general. Por tanto lo gastronómico debe promoverse como una experiencia al aire libre, como una “cocina campesina”.

2.1.3 Análisis de Competidores

Para seleccionar los competidores objeto de este análisis, se preguntó a un grupo de clientes potenciales de las principales opciones para almorzar en un lugar donde encuentren los productos, servicios y precios aproximados ofrecidos en “Barriga Llena, Corazón Contento”.

A continuación se muestran los resultados:

1. Mercagán Parrilla

Misión: atención, ambiente familiar y el mejor producto nos lleva a querer destacarnos en la región como los mejores en nuestra gama de restaurantes. Mantener nuestro nivel de servicio es fundamental para lograr mantener nuestros clientes satisfechos y enamorar los nuevos paladares que se acercan a conocernos.	
Visión: N/A	
Puntos de Venta: 10	
Puntos de Venta Campestre: 0	
Precio Promedio Parrilla Completa: \$65.900 m/cte	
Fortalezas	Debilidades
Experiencia por más de 50 años	Demora en los tiempos de entrega de los pedidos
Diversidad en el menú	Poca disponibilidad de parqueaderos en comparación con el volumen de clientes
Posicionamiento en el mercado local	
Ubicación estratégica de los puntos	
Alimentos de excelente calidad	

2. La Fonda Paisa

Misión: N/A	
Visión: N/A	
Puntos de Venta: 2	
Puntos de Venta Campestre: 0	
Precio Promedio Parrilla Completa: \$70.800 m/cte	
Fortalezas	Debilidades
Experiencia por más de 30 años	Instalaciones y lencería deterioradas
Diversidad en el menú	No tiene definido un plan maestro
Platos abundantes	
Alimentos de excelente calidad	
Excelente servicio. Amabilidad ante todo	

3. El Viejo Chiflas

Misión: N/A	
Visión: N/A	
Puntos de Venta: 1	
Puntos de Venta Campestre: 0	
Precio Promedio Parrilla Completa: \$85.200 m/cte	
Fortalezas	Debilidades
Experiencia por más de 50 años	Precios altos
Posicionamiento en el mercado local	Poca disponibilidad de parqueaderos en comparación con el volumen de clientes
Alimentos de excelente calidad	No tiene definido un plan maestro
	Servicio demorado

4. Puerta del Sol

Misión: preservar el conocimiento obtenido durante 50 años, como el primer restaurante de la ciudad de Bucaramanga en ofrecer el mejor y más sabroso menú de comida típica santandereana, soportado en pilares de calidad en los productos, calidad en el servicio; resultado del esfuerzo mancomunado del equipo de trabajo, desarrollado alrededor de un ambiente multifuncional que satisfaga las expectativas de quienes visitan el restaurante.	
Visión: N/A	
Puntos de Venta: 1	
Puntos de Venta Campestre: 0	
Precio Promedio Parrilla Completa: \$75.500 m/cte	
Fortalezas	Debilidades
Experiencia por más de 50 años	Instalaciones deterioradas
Posicionamiento en el mercado local	Poca disponibilidad de parqueaderos en comparación con el volumen de clientes
Ubicación estratégica	No tiene un plan maestro definido
Alimentos de excelente calidad	

Del anterior análisis se puede concluir que lo que caracteriza a estos 4 restaurantes es su larga trayectoria, su calidad sostenida y la ubicación estratégica.

Sin embargo, en ninguna de estas opciones se resalta su infraestructura e innovación de servicios, lo cual se convierte en un reto por enfrentar y una oportunidad por explotar.

2.2 ESTUDIO DE MERCADOS

Para la investigación de mercados, no se usó encuesta, se elaboró un análisis de diferentes artículos y estudios de mercado del sector, arrojándonos como resultado la viabilidad de la puesta en marcha del proyecto.

- “Las zonas más apetecidas para abrir restaurante” – Revista la Barra:



Gráfico: Santander y sus principales ciudades.

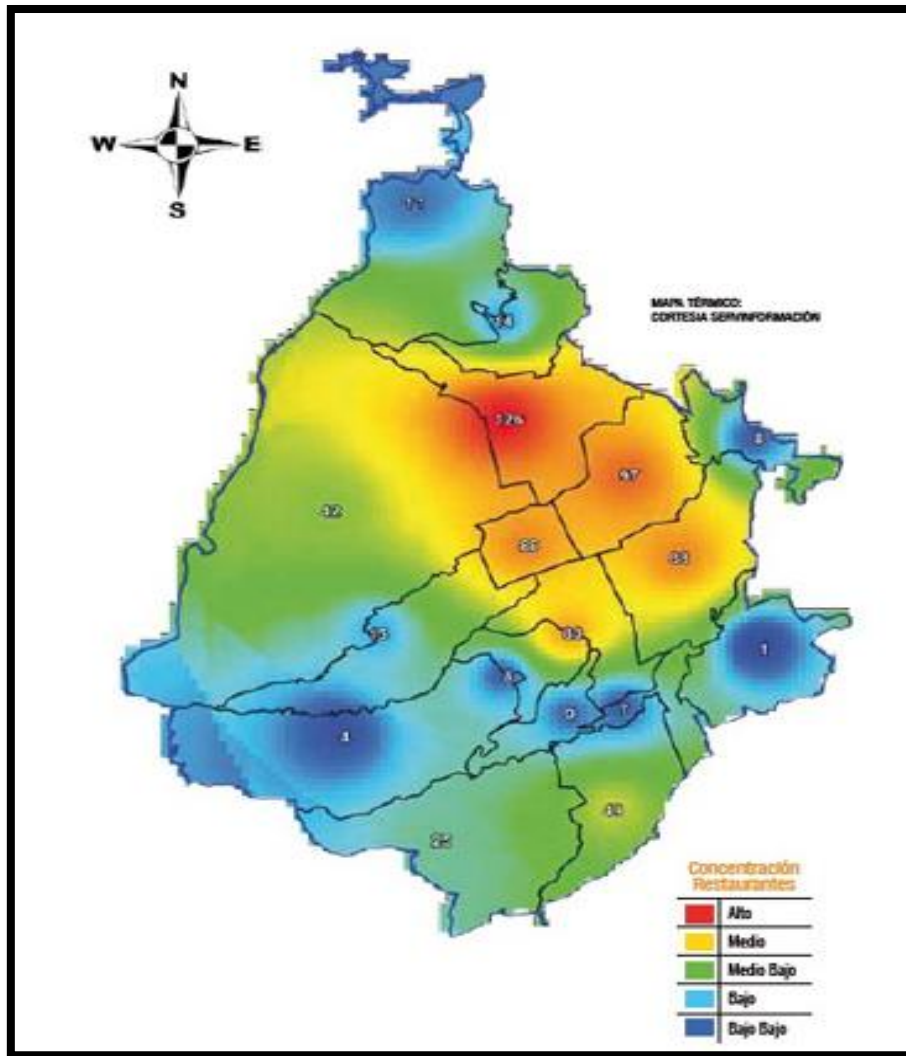


Gráfico: Concentración de Restaurante de Santander

Después de un análisis del sector en las 6 principales ciudades del país, Bucaramanga se caracteriza por incrementar su oferta de turismo de aventura

De acuerdo a declaraciones de Carlos Contreras de la Asociación de Restaurantes de Bucaramanga, "En los últimos años se ha incrementado la afluencia de turistas a la ciudad gracias a la creación del Parque Nacional del Chicamocha, el cual se ha convertido en uno de los atractivos naturales de la región. A esto se suma, el turismo histórico y de aventura, así como la oferta gastronómica variada que siempre ha distinguido a Santander de otras regiones".

Adicional a esto, Maria Constanza Luna Bonilla de Crepes & Waffles declaró: “La ciudad todavía es una plaza virgen gastronómicamente hablando, que permite y se adapta a la innovación”.

De lo anterior, se puede concluir que Santander a pesar de su variada oferta gastronómica tiene amplias oportunidades para explotar nuevos.

- “La Industria Gastronómica en Colombia Sigue Creciendo” - Portafolio

De acuerdo a este artículo, se puede concluir que los colombianos preferimos comer a la carta. De acuerdo a cifras reportadas por el DANE y ACODRÉS, el gremio registró en el primer semestre del 2011 un crecimiento del 15.9% en comparación con el mismo periodo del año anterior que había crecido un 10.7%.

Lo anterior se debe a que los hábitos de vida de los consumidores han cambiado debido a que al revisar en las 15 principales del país, los gastos en alimentos de los colombianos muestra un ascenso notorio; resaltando que Bucaramanga entre otras ciudades, está por encima del promedio

2.3 ESTRATEGIA DE PRECIOS

A través del análisis de precios de los cuatro principales competidores, teniendo en cuenta que “Barriga Llena, Corazón Contento” no requiere de la infraestructura administrativa y la logística de éstos y adicionalmente partiendo de la premisa que el cliente siempre prefiere mayor calidad a menor precio; la estrategia de precios establecida, se enfoca en ofrecer precios inferiores de los cuatro competidores, los cuales permitiría ampliar el rango de nuestro mercado objetivo. Bajo esta estrategia, la utilidad promedio bruta por cada una de las porciones es del 39%

1. Mercagán Parrilla	
Precios / Porción	
Chorizo	4,200
Chicharrón	8,500
Morcilla	4,900
Chunchulla	6,500
Costillas de cerdo	21,800
Carne (200gr)	20,900
Oreada (200gr)	18,900
Maduro relleno	5,900
Arepa de Queso	2,400
Yuca frita	2,800
Papa criolla	3,200
Patacón con suero	4,200
Total	104,200

2. La Fonda Paisa	
Precios / Porción	
Chorizo	4,000
Chicharrón	7,800
Morcilla	4,600
Chunchulla	6,000
Costillas de cerdo	19,800
Carne (200gr)	18,700
Oreada (200gr)	17,500
Maduro relleno	5,500
Arepa de Queso	2,200
Yuca frita	2,500
Papa criolla	3,000
Patacón con suero	4,500
Total	96,100

3. El Viejo Chiflas	
Precios / Porción	
Chorizo	5,200
Chicharrón	9,200
Morcilla	5,100
Chunchulla	6,500
Costillas de cerdo	23,000
Carne (200gr)	22,500
Oreada (200gr)	20,200
Maduro relleno	6,500
Arepa de Queso	3,200
Yuca frita	3,100
Papa criolla	3,500
Patacón con suero	4,500
Total	112,500

4. Puerta del Sol	
Precios / Porción	
Chorizo	4,900
Chicharrón	8,900
Morcilla	4,900
Chunchulla	6,200
Costillas de cerdo	21,500
Carne (200gr)	22,200
Oreada (200gr)	19,900
Maduro relleno	6,100
Arepa de Queso	2,800
Yuca frita	2,900
Papa criolla	3,200
Patacón con suero	4,200
Total	107,700

2.4 ESTRATEGIA DE PRESTACION DEL SERVICIO

La estrategia de distribución establecida es para “Barriga Llena, Corazón Contento” es el canal propio. Inicialmente se realizará a través de la prestación de servicio único en el punto de venta. En un mediano plazo (2 años) se desea Implementar el servicio BARRIGA LLENA – CORAZON CONTENTO en casa.

2.5 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Partiendo de la premisa que nuestras ventas se generan por la visita de grupos familiares y de amigos, las dos principales estrategias de promoción definidas son:

- 30% de descuento en el valor de tu cuenta, si no encuentras alguno de nuestros productos ofrecidos entre las 12:00 m hasta las 2:30: pm
- Por cuentas mayores a \$150.000, cortesía de la casa 2 litros de refajo o limonada de panela para el grupo.

2.6 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

- Redes Sociales: se creará cuenta de “Barriga Llena, Corazón Contento” en las diferentes redes sociales con facebook y twitter; publicando a través de estos medios, horarios, precios, eventos, servicios, entre otros
- Voz a Voz: a través de la satisfacción y la buena opinión de los consumidores, que la transmiten a futuros clientes.

2.7 ESTRATEGIAS DE SERVICIO

- La principal estrategia de servicio establecida es la *amabilidad en todo momento*. No importa el volumen de trabajo, no importa los contratiempos, siempre se va a atender con amor y cariño a nuestros clientes
- Servicio inmediato. Los clientes realizarán su pedido en caja y posteriormente, en la ventana de cocina, un auxiliar entregará su pedido.

2.8 PLAN DE VENTAS

Para la elaboración del plan de ventas de “Barriga Llena, Corazón Contento”, se definió inicialmente el precio de los productos ofrecidos para las parrilladas típicas; posteriormente se definió el flujo de servicio al cliente y por último, se elaboró la proyección de ventas mensual del primer año y anual de los dos años siguientes.

○ Precios:

Alimentos	
Chorizo	3,800
Chicharrón	6,500
Morcilla	4,200
Chunchulla	5,500
Costillas de cerdo	17,000
Carne (200gr)	16,500
Oreada (200gr)	15,000
Maduro relleno	4,500
Arepa de Queso	2,200
Yuca frita	2,200
Papa criolla	2,500
Patacón con suero	3,800
Total	83,700

Bebidas	
Limonada (16 onzas)	2,800
Gaseosa (500 ml)	2,900
Gaseosa (1.4 LT)	6,500
Gaseosa (2 LT)	7,500
Botella de Agua	2,200
Cerveza Nacional	2,800
Cervecia internacional	3,500
Total	28,200

○ Flujo de Atención

1	Recepción del cliente
2	Ubicación en el restaurante
3	Recepción de pedido en caja
4	Entrega del pedido
5	Ubicación del cliente en la mesa
6	Despedida de clientes

MODULO 3: TÉCNICO

3.1 CONCEPTO DEL PRODUCTO

El menú de “Barriga Llena, Corazón Contento” estará compuesto por los productos de una parrillada típica preparados en estufas de leña, en el cual nuestros clientes podrán escoger de acuerdo a su gusto y apetito y armarán así, una bandeja servida en canastos de fique para compartir.

Los productos ofrecidos para la parrillada son:

- Chorizo
- Chicharrón
- Morcilla
- Chunchulla
- Costillas de cerdo
- Carne de res
- Carne oreada
- Maduro relleno
- Arepa de queso
- Yuca frita
- Papa criolla
- Patacón con suero.

La bandeja para compartir se ilustra a continuación:



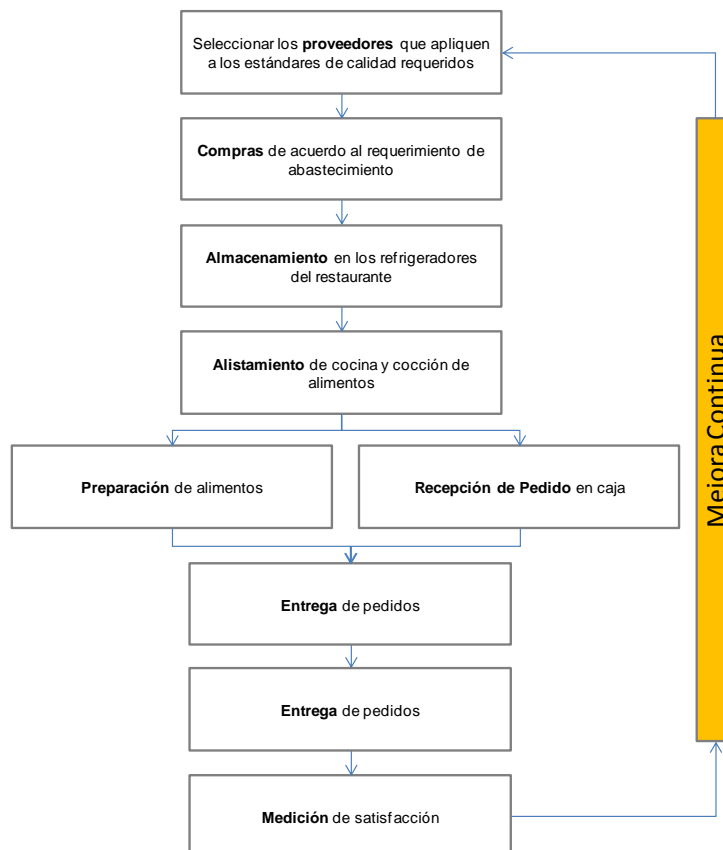
Partiendo de la premisa que los productos ofrecidos por “Barriga Llena, Corazón Contento” se caracterizarán por su frescura, calidad y sazón, los proveedores a seleccionar, deben tener los más altos estándares de calidad y la implementación adecuada del proceso de manejo de carnes cómo: sacrificio, ante mortem, post mortem y maduración.

3.2 ESTADO DE DESARROLLO

El desarrollo de *Barriga Llena, Corazón Contento* se encuentra en una fase conceptual e identificación de proveedores, colaboradores y expertos.

3.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO DE PRESTACIÓN DE SERVICIO

El proceso de prestación de producción y prestación de servicio de *Barriga Llena, Corazón Contento*, se describe a través del siguiente diagrama de flujo:



3.4 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

3.4.1 Recursos y requerimientos del proceso productivo o prestación del servicio

Los recursos y requerimientos para la prestación del servicio se relacionan en la siguiente tabla:

Concepto	Cantidad
Edificaciones y Construcciones	
Adecuación Lote	1
Cocina	1
Kiosco	1
Maquinaria y Equipo	
Equipo de refrigeración	2
Parrilla	5
Estufa industrial	3
Caja Registradora	1
Muebles y Enseres	
Inmobiliario	40
Decoración	1
Utensilios	1
Escritorio	2
Equipos de Oficina	
Equipo de Cómputo	2
Impresora	1
Personal	
Administrador General	1
Administrador de Operaciones	1
Parrileros	1
Auxiliares de Cocina	3
Auxiliar de Bebidas	1
Personal de Servicio al Cliente	3
Personal de Servicios Generales	1

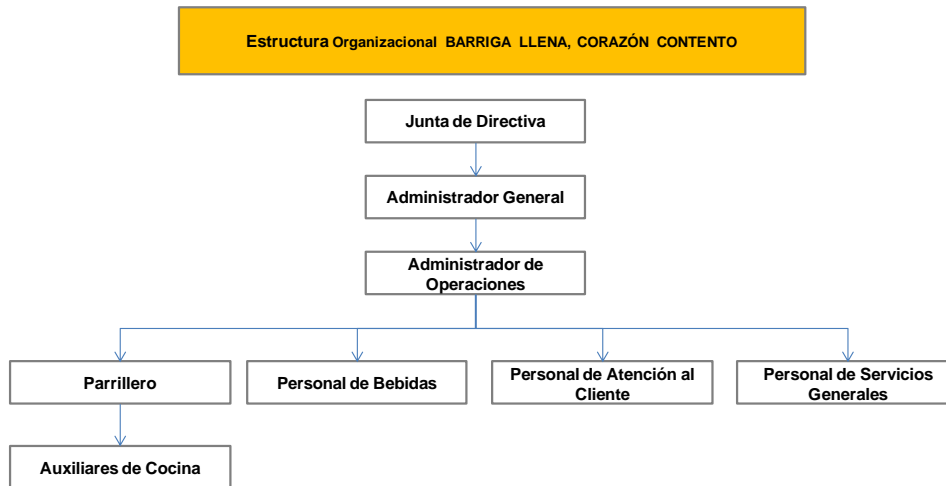
3.4.2 Insumos y materiales del proceso productivo o de prestación de servicio

Los insumos y materiales para la prestación del servicio se relacionan en la siguiente tabla:

Concepto
Materias Primas
Chorizo
Chicharrón
Morcilla
Chunchulla
Costillas de cerdo
Carne de Res
Carne Oreada
Maduro relleno
Arepa de Queso
Yuca frita
Papa criolla
Patacón con suero
Tomate
Cebolla
Aceite
Cilantro
ajo
Queso
Bocadillo
Limón
Azucar
Sal
Sasonadores
Pimentón
Mantequilla
Insumos
Gas Natural
Energía Eléctrica
Agua
Leña
Carbón

MÓDULO 4: ORGANIZACIÓN

4.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



Junta Directiva: Organismo conformado por los socios del restaurante, encargado de vigilar, controlar y dirigir el desempeño administrativo, operativo y financiero del mismo y definir e implementar los planes estratégicos que direccionen al negocio hacia el logro de sus metas y objetivos.

Administrador General: Ingeniero Industrial o Administrador de empresas con dos años de experiencia en la industria gastronómica. Conocimientos medios de contabilidad, finanzas, suministros, logística, administración de personal, entre otros. Responsable del correcto desempeño del restaurante, la correcta administración de los recursos y orientado a alcanzar las metas de la compañía en las diferentes áreas.

Administrador de Operaciones: Ingeniero Industrial o Administrador de empresas con un año de experiencia en el sector. Conocimientos medios de abastecimiento, logística y distribución. Responsable del correcto desempeño de la cocina; calidad y disponibilidad de los recursos..

Parrillero: Técnicos de cocina del Sena, mínimo dos años de experiencia en parrilla. Responsable por la calidad de los productos, la agilidad y rapidez en la

preparación de los alimentos y la óptima administración de las materias primas y los recursos.

Auxiliares de Cocina: Técnicos de cocina del Sena, con un año de experiencia en parrilla. Responsable del soporte operativo necesario para los parrilleros, procurando siempre, mantener los más altos niveles de calidad y agilidad en el servicio.

Personal de Bebidas: Hombres y/o mujeres mayores de edad, con experiencia menor a un año en atención al cliente en cafeterías. Responsables de servir y entregar al cliente las bebidas correspondientes a su pedido.

Personal de atención al cliente: Hombres y/o mujeres, mayores de edad, con experiencia mayor a un año en servicio al cliente. Responsables de asesorar al cliente, de responder a sus requerimientos adicionales y de verificar y controlar su satisfacción en el tiempo de estadía en el restaurante.

Personal de Servicios Generales: mujer, mayor de edad, con experiencia menor a un año en servicios generales en empresas y/o locales comerciales. Responsable del buen estado de las instalaciones.

4.2 ANÁLISIS DOFA

	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	1. Calidad del producto 2. Diversidad de ingredientes para la parrilla 3. Precio competitivo 4. Servicio al cliente 5. Redes sociales sólidas	1. Recursos económicos 2. Los socios viven fuera de la ciudad 3. Cero experiencia en restaurantes de parrilla
	Oportunidades	Amenazas
Análisis Externo	1. Bucaramanga, ciudad en constante crecimiento económico 2. Mercado objetivo tradicional 3. No hay sitios exclusivos para la comida de parrilla en Bucaramanga 4. Santander, departamento turístico	1. Alimentos perjudiciales para la salud 2. Posicionamiento en el mercado de competidores 3. Experiencia por más de 30 años de competidores

4.3 ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS

TABLA DE SALARIOS						
Cargo	Tipo de Contrato	Salario Básico	Factor Prestacional	Total Salario	No.	Total Mes
Administrador General	Indefinido 1/2 tiempo	1,250,000	51.86%	1,898,250	1	1,898,250
Administrador de Operaciones	Indefinido 1/2 tiempo	1,050,000	51.86%	1,594,530	1	1,594,530
Parrilleros	Indefinido 1/2 tiempo	900,000	51.86%	1,366,740	1	1,366,740
Auxiliar de Cocina	Indefinido 1/2 tiempo	600,000	51.86%	911,160	3	2,733,480
Personal de Bebidas	Indefinido 1/2 tiempo	350,000	100.00%	700,000	1	700,000
Personal de atención al cliente	Indefinido 1/2 tiempo	400,000	100.00%	800,000	3	2,400,000
Personal de Servicios Generales	Indefinido 1/2 tiempo	350,000	100.00%	700,000	1	700,000
Total Mes Nómina						11,393,000

4.4 MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN

Barriga Llena, Corazón Contento será un microempresa registrada en la DIAN, constituida bajo Sociedad de Acciones Simplificadas S.A.S, matriculada en la Cámara de Comercio de Bucaramanga.

MODULO 5: FINANCIERO

5.1 INVERSIÓN

Para la constitución, puesta en marcha y un mes de operación de *Barriga Llena, Corazón Contento*, se requiere la siguiente inversión:

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Edificaciones y Construcciones			21,000,000
Adecuación Lote	1	6,800,000	6,800,000
Cocina	1	9,500,000	9,500,000
Kiosco	1	4,700,000	4,700,000
Maquinaria y Equipo			28,750,000
Equipo de refrigeración	2	6,000,000	12,000,000
Parrilla	5	1,950,000	9,750,000
Estufa industrial	3	1,800,000	5,400,000
Caja Registradora	1	1,600,000	1,600,000
Muebles y Enseres			36,600,000
Inmobiliario	40	550,000	22,000,000
Decoración	1	8,000,000	8,000,000
Utensilios	1	5,000,000	5,000,000
Escritorio	2	800,000	1,600,000
Equipos de Oficina			7,200,000
Equipo de Cómputo	2	2,600,000	5,200,000
Impresora	1	2,000,000	2,000,000
Apertura del Negocio			27,293,000
Gastos de constitución	1	8,000,000	8,000,000
Materias primas	1	5,000,000	5,000,000
Servicios	1	2,900,000	2,900,000
Gastos de Personal	1	11,393,000	11,393,000
Total Inversión			120,843,000

Total Inversión "Barriga Llena, Corazón Contento"	120,843,000
Aporte Socios	70,000,000
Crédito	50,843,000

El administrador general, con apoyo de uno de los socios (contador), llevará la contabilidad del negocio.

5.2 BALANCE GENERAL

BALANCE GENERAL	PERIODO			
	2013	2014	2015	2016
Activo Corriente	30,201,750	67,463,334	140,981,939	246,466,142
Efectivo	25,201,750	59,963,334	129,731,939	229,591,142
Inventario de Materia Prima	5,000,000	7,500,000	11,250,000	16,875,000
Activo Fijo	90,641,250	50,256,250	38,621,250	26,986,250
Maquinaria y Equipo	28,750,000	28,750,000	28,750,000	28,750,000
Muebles y Enseres	36,600,000	36,600,000	36,600,000	36,600,000
Equipos de Oficina	7,200,000	7,200,000	7,200,000	7,200,000
Depreciación de Eq. De Of.	(2,908,750)	(14,543,750)	(26,178,750)	(37,813,750)
Construcciones y Edificaciones	21,000,000	21,000,000	21,000,000	21,000,000
TOTAL ACTIVO	120,843,000	117,719,584	179,603,189	273,452,392
Pasivo Corriente	-	-	42,986,212	107,533,891
Cuentas por Pagar Proveedores	-	-	-	-
Impuestos por Pagar	-	-	42,986,212	107,533,891
Pasivo No Corriente	50,843,000	49,014,715	41,070,885	32,012,646
TOTAL PASIVO	50,843,000	49,014,715	84,057,097	139,546,537
Capital Social	70,000,000	70,000,000	70,000,000	70,000,000
Reserva	-	-	11,974,730	29,955,870
Utilidades del Ejercicio	-	(1,295,131)	67,856,806	169,749,927
Utilidades Repartidas	-	-	(54,285,445)	(135,799,942)
TOTAL PATRIMONIO	70,000,000	68,704,869	95,546,092	133,905,855
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	120,843,000	117,719,584	179,603,189	273,452,392

5.3 ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS	PERIODO			
	2013	2014	2015	2016
Ingresos de Operación	109,882,080	763,203,041	1,221,089,040	1,831,646,880
Costos	63,731,606	442,657,764	708,231,643	1,062,355,190
Utilidad Bruta	46,150,474	320,545,277	512,857,397	769,291,690
Gastos de Operación	42,879,000	180,091,800	189,096,390	198,551,210
Depreciación	2,908,750	11,635,000	11,635,000	11,635,000
Utilidad Operacional	362,724	128,818,477	312,126,007	559,105,480
Gastos Financieros	1,657,855	6,000,729	4,886,320	3,854,094
Utilidad Antes de Impuestos	(1,295,131)	122,817,748	307,239,687	555,251,386
Impuesto de Renta (35%)	-	42,986,212	107,533,891	194,337,985
Reserva (15%)	-	11,974,730	29,955,870	54,137,010
Utilidad Neta	(1,295,131)	67,856,806	169,749,927	306,776,391

5.4 FLUJO DE CAJA PRESUPUESTADO

FLUJO DE CAJA	PERIODO			
	2013	2014	2015	2016
Utilidad Operacional	11,203,250	76,262,600	122,146,760	237,421,640
Depreciación	2,908,750	11,635,000	11,635,000	11,635,000
(-) Variación de Materias primas	(5,000,000)	(2,500,000)	(3,750,000)	(5,625,000)
(-) Gastos Financieros	1,657,855	6,000,729	4,886,320	3,854,094
(-) Amortización a Capital	(1,828,285)	(7,943,830)	(9,058,239)	(10,328,985)
(-) Impuesto de Renta (35%)	-	-	(42,986,212)	(107,533,891)
Saldo del periodo	8,941,569	83,454,500	82,873,629	129,422,858
Saldo Acumulado	8,941,569	92,396,069	175,269,698	304,692,556

5.5 EVALUACIÓN DE L PROYECTO

FLUJO DE CAJA	PERIODO				
	Apertura	2013	2014	2015	2016
Saldo Acumulado	(120,843,000)	8,941,569	92,396,069	175,269,698	304,692,556

VPN 275,852,655
Tasa Interna de Retorno 64%

BIBLIOGRAFIA

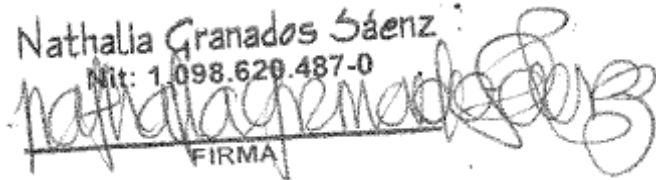
1. Cámara de Comercio Bucaramanga. Indicadores Económicos de Santander. Extraído en enero de 2013.
<http://www.sintramites.com/temas/indicadoresantander/>
2. Alcaldía de Bucaramanga. Plan de Desarrollo Bucaramanga. Extraído en enero de 2013.
http://www.bucaramanga.gov.co/documents/ACUERDO_014_PDM_2012-2015_version_final_mayo_31.pdf
3. Alcaldía de Floridablanca. Plan de Desarrollo de Floridablanca. Extraído en enero de 2013.
<http://floridablanca.gov.co/wp-content/uploads/2012/05/Plan-de-Desarrollo-de-Floridablanca-2012-2015.pdf>
4. Revista Portafolio. La Industria Gastronómica en Colombia Sigue Creciendo. Extraído en febrero de 2013.
<http://www.portafolio.co/economia/la-industria-gastronomica-colombia-sigue-creciendo>
5. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. Gastronomía, Sector de Oportunidades para el Turismo. Extraído en diciembre de 2012.
http://www.colombiaaprende.edu.co/html/estudiantesuperior/1608/articles-218036_archivo_pdf2.pdf
6. Revista la Barra. Bucaramanga, polo promisorio para la hospitalidad. Extraído en febrero de 2013.
<http://www.revistalabarra.com.co/ediciones/ediciones-2011/edicion-47/negocios---panorama-regional/bucaramanga-polo-promisorio-para-la-hospitalidad.htm>

LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio yo, NATHALIA GRANADOS SÁENZ, identificada con la cédula de ciudadanía No. 1.098.620.487, suscrita en calidad de autora del trabajo de grado denominado *Barriga Llena, Corazón Contento*, dejo constancia que la obra no contiene información confidencial secreta o similar, ni es producto de mi ingenio y esfuerzo personal y la elaboré sin violar ni usurpar derechos de autor a terceros.

Por todo lo anterior, autorizo a la Universidad EAN, eximiéndola de cualquier responsabilidad, a conservarla y divulgarla.

En constancia, suscribo el presente documento en la ciudad de Bogotá.

Nathalia Granados Sáenz
Nit: 1.098.620.487-0

FIRMA

Nathalia Granados Sáenz
Estudiante de Gerencia de Proyectos
CC. 1098620487