

Universidad Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario.



RESTAURANTE BORÉ

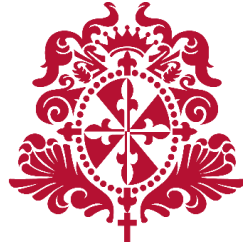
Trabajo de Grado Emprendimiento.

Yuliana Patricia Beltrán Parra

Bogotá

2020.

Universidad Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario.



RESTAURANTE BORÉ

Trabajo de Grado Emprendimiento.

Yuliana Patricia Beltrán Parra

Andrea Ávila Tinoco

Administración de empresas

Bogotá

2020.

Agradecimiento

Le agradezco a Dios, por ayudarme a lograr mis sueños y guiarme hacia una institución que brinda formación integral, como lo es la Universidad del Rosario; a la Universidad y su equipo docente, por su amor, cariño y dedicación con que comparten sus conocimientos en el aula de clase; al equipo del Centro de Emprendimiento de la Universidad, por su apoyo en el proceso de elaboración del trabajo de grado y la formación recibida en el núcleo de profundización respectivo; a amigos y compañeros de clase, por su ayuda con ideas para formar y darle mayor sentido al proyecto, y por último pero no menos importante; a mi familia por ayudarme y apoyarme a lograr cada uno de mis sueños dando pasos grandes rodeada por personas magnificas e incentivarne a buscar de Dios cada día de mi vida.

Dedicatoria

El presente proyecto es dedicado a Dios en una primera instancia, siendo él el dador primordial de ideas, talentos y dones que se darán a conocer en las siguientes paginas; a mi familia por su amor, confianza, cariño y consejo; a los líderes de iglesias cristianas, congregaciones y organizaciones que infunden valores a sus integrantes, no solo en Colombia si no ubicadas alrededor del mundo, como voz de aliento para que continúen regando la semilla a las personas que asisten a sus congregaciones u organizaciones o hacen uso de sus productos; a los diferentes autores de libros que dan a conocer de una forma más profunda y con una mirada un poco más profesional y no empírica la forma en que actúa y es Dios ayudando a su vez a dar a conocer aún más los beneficios de vivir un estilo de vida diferente; a los jóvenes cristianos que desean dar a conocer el amor de Dios a toda la humanidad por medio de acciones cotidianas, en un mundo que lo necesita cada vez más a él; y a las personas que aún no conocen a Dios como su señor y salvador.

Tabla de contenido

Agradecimiento	3
Dedicatoria	4
Glosario	9
Abstract	11
1. Introducción	12
2. Resumen Ejecutivo	14
2.1 Oportunidad de Mercado	14
2.2 Financiamiento.....	14
3. Descripción General del Proyecto	15
3.1 Antecedentes:	15
3.2 Misión:	16
3.3 Metas y Objetivos:	17
3.4 Mercado Objetivo	17
3.5 Describa la Industria o el Sector	17
3.6 Fortalezas y Competencias Básicas.....	18
3.7 Licencias o Permiso	20
3.8 Forma Jurídica	21
4. Validación de la Oportunidad	21
4.1 Descubrimiento de la Oportunidad	21
4.2 Customer Journey	23
4.3 Principales Hallazgos y Aprendizajes	23
4.4 Metodología Lean	24
5. Construcción y Validación del Mínimo Producto Viable	26
5.1 Validación del Mercado	26
5.2 Aprendizajes o Resultados de la Validación.....	27
6. Producto y/o Servicio	28
6.1 Cronograma:	31
7. Plan de Marketing	34
7.1 Entorno Económico.....	34
7.2 Clientes.....	37
7.3 Competencia	39

7.4 Como y Porque me Puedo Meter en este Nicho	41
7.5 Matriz de Análisis Competitivo	41
7.6 Estrategia de Mercado	42
7.7 Presupuesto Promocional	44
7.8 Estrategia de Precio	45
7.9 Distribución	45
7.10 Canales de Distribución.....	46
7.11 Pronóstico de Ventas	46
8. Plan Operacional	47
8.1 Costos.....	50
8.2 Entorno Legal	50
8.3 Personal	52
8.4 Proveedores	54
9. Gestión y Autoridad	55
9.1 Presentación del Equipo Emprendedor	55
9.2 Organigrama de la Empresa:.....	56
9.3 Descripción Perfiles de Cargos:.....	57
9.3.1 Perfil de cargo para Administrador	57
9.3.2 Perfil de cargo para Chef.....	58
9.3.3 Perfil de cargo para Capitán de mesa.....	60
9.3.4 Perfil de cargo para Contador.....	61
9.3.5 Perfil de cargo para Steward o Dishwasher	63
9.3.6 Perfil de cargo para Bodeguero y cocina fría	64
9.3.7 Perfil de cargo para Entremetier.	65
9.3.8 Perfil de cargo para Mesero	67
9.3.9 Perfil de cargo para Busboy	68
9.4 Reglamento Interno	69
9.4.1 Deberes de la empresa:	69
9.4.2 Deberes de los empleados.....	70
9.5 Sanciones:	71
9.5.1 Conducto regular para la solución de inconvenientes:	72
9.5.2 En caso de querer presentar una carta de renuncia	72
9.6 Proceso de Selección:	73

9.6.1 Formato de entrevista	74
9.7 Tipos de Contrato.....	75
10. Gastos de Inicio y Capitalización	76
11. Plan Financiero	77
12. Riesgos y Supuestos críticos.....	80
13. Beneficios a la Comunidad.....	81
14. Referencias Bibliográficas:	83

Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Representación de un diario del cliente o customer journey	23
Ilustración 2. Cronograma para eventos.	31
Ilustración 3. Manejo de restaurante	34
Ilustración 4. Matriz de Analisis de Competidores del Mercado.....	41
Ilustración 5. Organización Jerárquica de la Empresa.....	56
Ilustración 6. Tipos de Contrato a Realizar	75
Ilustración 7. Estado de Resultados	78
Ilustración 8. Balance General Proyectado.....	79

Glosario

Consejería: Ayuda o asesoramiento brindado por una persona ante una situación difícil que se está experimentando.

Cristianos: Personas que creen en cristo Jesús.

Doctrinas: Creencias que tienen las personas pertenecientes a una comunidad cristiana frente a comportamientos que son aprobados en esta.

Grupos de vida o de jóvenes: Grupos de personas que se reúnen a realizar actividades lúdicas de integración según los rangos de edad en que se encuentren sus integrantes.

Resumen

En Boré se ofrecen platos de comida rápida, servicio de barra de ensaladas a la mesa (se basa en una serie de verduras picadas servidas en diferentes platos para un grupo de personas), se ofrecerán los fines de semana eventos direccionadas a jóvenes que buscan conocer de Dios, los objetivos de la empresa es dar a conocer a Dios a muchas más personas, conectando aquellas que aún no tienen un lugar para practicar su religión con iglesias cristianas para generar una manera diferente de pensar y un crecimiento constante e integro de nuestros clientes; Es por su complejidad y la falta de preparación en el aspecto espiritual que el proyecto se tiene pensado para desarrollar dentro de 10 años aproximadamente.

Palabras clave: Comida, religión, Dios, lugar, ocio, esparcimiento, amor, tolerancia, cultura.

Abstract

On this restaurant you would have a lot of fast food options, salad service in your own table (it consist on some cut vegetables serving on different plates), we have events on weekends for young people that want to share the gospel with others, the main objectives that we have as a company is share the gospel with those that not know yet about it and connect people that don't assist yet in a church to find one, in order to change the culture and help with the constant grow in our clients. Because the project is complex in a lot of aspects that will be possible to see in a real life in more or less ten years.

Key words: Food, religion, God, place, free time, hobby, amusement, love, tolerance and culture.

1. Introducción.

Para entender la razón de ser del restaurante es necesario saber el origen de su nombre y su significado, Boré es una palabra hebrea que quiere decir “creador”, lo cual es la intención primordial que la empresa tiene, dar a conocer al creador del mundo.

En este sentido Boré es un restaurante que pretende exaltar los valores cristianos como respeto, amor, tolerancia, compañerismo, compasión. En torno a crear armonía y unión en la población cristiana joven de la ciudad de Bogotá.

El restaurante se encuentra dividido en 2 secciones las cuales en su conjunto muestran la creación en su totalidad, una parte es diseñada para realizar actividades de ocio y esparcimiento a nivel grupal, esta contaría con una decoración relacionada con lo que se conoce como universo mientras la otra parte es diseñada para tener un momento de oración y relación con Dios, por ende, es necesario contar con un espacio tranquilo y de recogimiento, en el cual se muestra la naturaleza creación inicial de Dios.

Es importante mencionar el incremento que ha tenido en los últimos años las personas que pertenecen a esta corriente religiosa en la ciudad de Bogotá, sobre todo el aumento de la población joven que asiste a los diferentes eventos que son diseñados para ellos (conciertos, congresos, etc).

Más adelante en el documento se dará una explicación más detallada sobre estos temas realizando primordialmente énfasis en el problema encontrado que la idea pretende darle solución, la validación de la idea y finalmente se pasa a detallar la puesta en acción en cuanto a procesos logísticos, financieros, de mercadeo, ventas, de producción, manejo y necesidades de recursos humanos, entre otros.

Para iniciar un proceso de prototipo es necesario tener en cuenta el espacio y distribución del lugar, así como la ambientación que este tendría, las actividades que allí se realizarían y la presentación del menú; es necesario contar con una persona que tenga conocimientos en cocina así como un joven líder espiritual para tener una asesoría de primera mano en cuanto al diseño del lugar, se debe contar con un equipo de mercadeo muy fuerte para ayudar a posicionar en el mercado la empresa de una forma adecuada.

2. Resumen Ejecutivo.

2.1 Oportunidad de Mercado

Se ha observado a lo largo de los años un aumento en la población que asiste a las iglesias cristianas de la ciudad de Bogotá, sobre todo en jóvenes, las personas nuevas en las iglesias manifiestan lo difícil que es para estas cambiar su vida y encontrar un lugar donde se sientan cómodos al estar compartiendo con amigos y familia en un espacio público, sin colocar en peligro su crecimiento espiritual; en este orden de ideas se espera contar con una asistencia de 1000 personas en el primer año teniendo un aumento de 500 personas al año.

2.2 Financiamiento

El dinero requerido para la implementación del proyecto es de treinta y un millones aproximadamente, este dinero será obtenido por medio de ahorros privados y la adquisición de una deuda con un banco; estas con una distribución del 50% de participación.

Se ha pensado en buscar ayuda económica con organizaciones cristianas o iglesias, sin embargo, es muy poco probable que estas accedan a invertir en una empresa que no quiere seguir un modelo doctrinal específico, si no servir paralelamente y sin distinción a todo aquel que

quiere conocer a Dios o sentirse cómodo en un establecimiento público que ya le conoce; sin embargo, esta opción no se descarta del todo ya que la empresa no tendría vinculación exclusiva con una iglesia específica.

3. Descripción General del Proyecto

3.1 Antecedentes:

Una de las principales motivaciones es el ver a muchos jóvenes que se alejan de las iglesias ya que estas pueden llegar a ser monótonas y realizar prácticas tildadas de anticuadas por la juventud actual que pueden llegar a aburrirlas y ocasionar abandono, la falta de lugares adecuados para que la población joven perteneciente a comunidades cristianas realice actividades de integración de forma lúdica y dinámica diferente a sus hogares.

Por otro lado, se quiere dar a conocer el amor de Dios a la humanidad, sin ninguna distinción o exclusividad, generando cambios a través de las personas que se permiten ser alcanzadas por su amor y con el paso de los años generar un cambio de pensamiento y cultura en la sociedad nacional.

La posibilidad de unir el amor a Dios con un acto que es necesario para la obtención de energía como lo es la alimentación diaria y como esta ha sido a lo largo de los años el punto de encuentro de familias y sociedades que tienen diferencias en su interior.

3.2 Misión:

En Boré velamos por acercar a los jóvenes a Dios de forma moderna, dando reconocimiento al legado que fue dejado por generaciones pasadas haciendo resaltar el servicio, el amor, el respeto y la tolerancia a otros.

3.3 Metas y Objetivos:

Brindarle al comensal un lugar adecuado donde este se sienta a gusto y en confianza para dar a conocer su fe. Adicionalmente brindarle una comida llamativa al público objetivo; junto con esto brindar la música y ambientación adecuada para los dos escenarios diseñados, con la infraestructura adecuada para evitar que el cliente entre en conflicto de sonido y caer en la generación de contaminación auditiva. En un comienzo se piensa en vender 1000 unidades de platos anuales al comienzo e ir aumentando este valor en 500 al año.

3.4 Mercado Objetivo

El mercado objetivo son jóvenes de 22 a 35 años que se encuentren en edad productiva, de estratos 3, 4 y 5 con estado socioeconómico de medio a alto, los cuales les gusta pasar tiempo y compartir con sus amigos.

3.5 Describa la Industria o el Sector

La industria de restaurantes es un sector fuertemente competitivo, pero también tiene muchas formas de expansión ya que existen variaciones y cada una de estas se enfocan a un público diferente, ya sea por el tipo de comida ofrecida o la temática manejada.

El futuro esperado para la industria de restaurantes se espera que sea una de las formas de turismo que use el país y formas de atracción a público extranjero, lo cual representa una gran oportunidad para esta idea de negocio ya que una de las fuentes de atracción a este público son los eventos de carácter internacional que realizan las iglesias que tienen su casa matriz en la capital de la república (congreso mundial de avivamiento, convenciones anuales realizada en la misión carismática internacional y avivamiento al parque).

Esta idea pretende incursionar específicamente en la industria de restaurantes temáticos, dándole representación a una población que no se ve representada en ninguno de los formatos actuales de restaurantes, con lo cual no solo se vería beneficiada por el público extranjero asistente a esta clase de eventos, sino las personas que actualmente asisten a las diferentes iglesias que tiene la ciudad de Bogotá.

3.6 Fortalezas y Competencias Básicas.

Las actuales compañías de alimentos que tienen relación con las iglesias y público cristiano se centran solo en la venta de alimentos, sin tener presente la parte experiencial que es necesario tener presente en un negocio de servicio, adicionalmente el restaurante dirigido a este grupo de personas que queda lejos de un lugar de reunión se encuentra dirigido a un segmento diferente de mercado.

Lo que con la ida se quiere plantear es un espacio en el que no solo se mencione a Dios si no se llegue a una verdadera y real vivencia de Dios en cada cosa que allí se realice, generando un cambio para la sociedad en su manera de pensar y actuar.

Adicionalmente, las nuevas generaciones son las más resistentes a hablar de Dios ya que este tema se considera anticuado, es por esto que muchas bandas y cantantes de la música góspel se han visto enfrentados a cambiar sus sonidos o muchos artistas de ritmos modernos se han dedicado a generar contenido público de música que ha servido para que muchos más jóvenes se alejen de drogas, cigarrillo, prostitución, cometer hurtos, etc. y se acerquen a Dios de una forma diferente.

Al usar expresiones artísticas para dar a conocer a Dios como la música, obras de teatro, videos, comida, entre otros. Se facilita la acogida que puede llegar a tener no solo la idea si no Dios.

A nivel personal, se cuenta con experiencias vivenciales en organización de eventos familiares y la planeación de una obra de teatro con propósito de evangelización con un grupo de jóvenes perteneciente a una iglesia cristiana.

3.7 Licencias o Permiso

Los requisitos solicitados por las autoridades nacionales para tener un establecimiento de alimentos se basan en la matricula mercantil, la cual debe ser solicitada máximo un mes después de haber empezado actividades como empresa. A su vez es necesario el certificado Sayco y Acinpro ya que se está haciendo uso de música al interior del establecimiento. Al vender alimentos el establecimiento debe contar con un concepto sanitario el cual reúne una serie de normas que deben seguirse para la expedición y obtención de este concepto.

Se deben tener también en cuenta aspectos de seguridad general como la protección contra incendios los cuales se dan de manera gratuita por la defensa civil y el cuerpo oficial de bomberos de la ciudad, se debe estar inscrito en el RUT, las personas que allí laboren deben contar con el certificado de manipulación de alimentos para garantizarle a las personas la venta inocua de alimentos que cumplen con los estándares de calidad.

3.8 Forma Jurídica

La forma jurídica con que Boré será creada será bajo la sociedad anónima simplificada ya que es el tipo de razón social más sencillo de realizar que permite su constitución de forma unipersonal y no tiene tantos requisitos para poderla constituir.

4. Validación de la Oportunidad

4.1 Descubrimiento de la Oportunidad

Para la comprensión de la problemática se llevó a cabo un proceso de observación de esta comunidad, como es su actitud frente a las actividades que normalmente se realizan, como es su actitud frente a aquellas actividades que son más de carácter de esparcimiento; de acuerdo con esto se llegó al planteamiento de una parte de la solución que se llevaría a cabo al implementar la idea.

Junto con este proceso de observación se vivió una experiencia, en la cual la organización de una despedida de soltera para una novia joven que profesa esta religión fue algo tormentoso, ya que una parte de las invitadas eran menores de edad, adicionalmente la experiencia en el lugar finalmente seleccionado fue un poco desagradable ya que se sentía el lugar un poco desconectado con lo que se quería celebrar en este lugar.

Acompañando estos procesos y como acto complementario se llevó a cabo encuestas y entrevistas, las cuales ayudaron a definir con mayor detalle el problema y la población a la cual se debe llegar.

4.2 Customer Journey

Ilustración 1.

Representación de un diario del cliente o customer journey

Tener un problema	Hablar con un familiar	Comenzar a cambiar el estilo de vida	Tener una necesidad	Averiguar planes para hacer o crearlos	Escoger el plan a realizar con los amigos
Soledad, traición, depresión, autoestima baja, ruptura amorosa, adicción	La familia ora, Ir a una iglesia	Escuchar musica diferente, tener nuevos amigos, tener una rutina nueva, interesarse por leer la biblia.	Hambre, salir con amigos, hacer planes en grupo, realizar reuniones fuera de casa.	Mirar cartelera de cine, averiguar referencias y datos de restaurantes, hacer uso de redes sociales.	Según preferencias de los interesados y gustos para comer.
Tristeza, rabia, aburrimiento, apatía	Tranquilidad, agradecimiento, compasión, consuelo, curiosidad	Acompañamiento, apoyo, confianza, alegría, dignidad, aceptación	Desasosiego, aburrimiento, molestia	Angustia, Impaciencia, tolerancia, solidaridad, alegría, ansiedad, expectativa	Alegría, comprensión, gozo, unidad, bailar, risa

La tabla expresa de derecha a izquierda las acciones realizadas y el proceso que tendría una persona que sería usuaria y cliente del restaurante Boré, desde el momento en que aún no conoce el lugar hasta cuando finalmente comienza a asistir.

Fuente: realización autónoma con conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera.

4.3 Principales Hallazgos y Aprendizajes

Se logró observar que esta comunidad no solo vela por su bienestar si no por el de toda la sociedad en general, por este motivo procuran compartirle de Dios y sus principios a muchas personas más; por este motivo a la mitad dela población encuestada le parecería mejor que el lugar fuera abierto a toda clase de público, junto con esto se recibió la sugerencia en una de las entrevistas de colocar no solo música góspel (tipo de música de diferentes ritmos que es

escuchada por esta comunidad); si no colocar música “no cristiana” que pueda ser a su vez disfrutada por esta población.

A partir de estas observaciones se llegó a la opción de dar empleo a jóvenes que pertenecen a esta comunidad para aumentar el porcentaje de personas que realiza algún tipo de servicio en la iglesia ayudándolos a servir a Dios predicando de su palabra y dando a conocer a muchos más de Dios, pero en un espacio cotidiano y recibiendo salario y experiencia laboral, lo que les ayudaría a ser más llamativos en años futuros para ingresar al mercado laboral, reduciendo así los índices de desempleo del país.

Se debe tener en cuenta, los gustos de música y personalidades de las personas, por esto se evidencio la necesidad de tener 2 espacios con diferente ambientación una para personas que les gusta la música movida y compartir con sus amigos y otro donde la prioridad es tener sesiones de oración, devocional, realizar lectura de la biblia y consejería.

4.4 Metodología Lean

Posterior a la comprensión cercana de la comunidad al compartir con esta y observar sus aspectos cotidianos se plantearon algunas hipótesis: La población reemplaza las bebidas alcohólicas en sus reuniones sociales por otra clase de bebidas, sus reuniones sociales nunca tienen música movida si no solo música suave y nunca se coloca música de uso comercial o que es interpretada por cantantes diferentes a cristianos, La juventud pertenece a esta comunidad por obligación y no por convicción y creer en verdad en Dios.

El experimento que se realizó fue la organización de eventos y espacios para compartir con esta población y hablar un poco con jóvenes que pertenecen a esta religión.

Con esto se pudo determinar que, parte de la comunidad no consume alcohol en sus reuniones sociales, la otra solo consume de ser necesario debido a la relevancia e importancia del mismo, esto se depende de 2 factores, si en la fiesta existe una persona con problemas de alcohol y si la congregación a la cual pertenecen los organizadores manejan esto como principio de vida; al igual la música que se escucha es seleccionada teniendo presente que esta no tenga mensajes referentes a sexo, drogas, alcohol, grocerías, etc; sin embargo no se tiene presente si el artista o interprete es cristiano o no; si bien algunos desde pequeños han sido criados en medio de una familia que practica y cree en esta religión, muchos otros han sido las circunstancias de la vida y

aspectos que vivieron los que llevaron a que ellos conocieran a Dios y con esto cambiar su estilo de vida, aún aquellos que desde pequeños están allí han pasado por situaciones que los llevan a creer en Dios de una manera genuina y no por obligación.

5. Construcción y Validación del Mínimo Producto Viable

5.1 Validación del Mercado

La validación de la solución se llevó a cabo por un experimento en el que con las capacidades que se poseen se debe recolectar en 7 días un dinero determinado (\$150.000), teniendo en cuenta el valor agregado que se quiere dar y la solución que se propone, utilizando como público central la población objetivo con la cual la idea fue encaminada.

Teniendo en cuenta lo anterior el experimento puntal para la idea consistió en, aprovechar la celebración de día de las madres para realizar la venta de tortas de almojábana y paquetes de

galletas con chips de chocolate, las cuales estaban acompañadas por una cita bíblica dedicada a las madres.

La publicidad de esta actividad se llevó a cabo por la difusión en plataformas de mensajería de texto, de imágenes que hacían alusión a lo que se ofrecía; se tomó esta decisión debido al poco tiempo con el que se contaba y los compromisos propios previamente adquiridos a causa de esta celebración.

5.2 Aprendizajes o Resultados de la Validación

Del experimento anteriormente descrito se logró aprender que si se quiere realizar la idea a corto plazo es más factible la realización de esta como salón de onces o cafetería que como restaurante como tal ya que el equipo emprendedor tiene mayor experiencia en este tipo de preparaciones, sin embargo, de realizarse en la vida real el proyecto será necesario contar con la ayuda de un socio que tenga conocimientos en cocina para que el actual miembro del equipo emprendedor pueda desarrollar las responsabilidades administrativas y capacitación adecuada para los trabajadores en orden de conservar el valor agregado antes mencionado.

Los productos y detalles para familiares son bien acogidos por los jóvenes cristianos ya que algunos de ellos desean dar a conocer del gran amor de Dios a sus familias, los precios de estas preparaciones fueron \$5.000 para las tortas, las cuales estaban acompañadas por una mermelada de mango y los paquetes de galletas tienen un valor de \$3.000; a su vez estos productos tienen un costo de \$1.000 y \$3.000 para galletas y tortas respectivamente.

Adicional a lo anterior se vio la importancia que tienen las imágenes publicitarias y su presentación, teniendo en cuenta el mercado que se tiene como objetivo, puesto que las imágenes que fueron compartidas en redes como WhatsApp no dieron buenos resultados motivo por el cual las ventas realizadas fueron por voz a voz y venta puerta a puerta con las personas cercanas; por falta de tiempo no se logró llegar a la meta sin embargo se logró recolectar \$140.000 en utilidad.

6. Producto y/o Servicio

Para poder realizar la idea se debe tener presente que es necesario realizar algunas adecuaciones para estas se estima un tiempo inicial de 2 meses, en los cuales se realizará una obra de adecuación del local que se tomará en arriendo para dejar las locaciones del restaurante listas para el funcionamiento del mismo y que este procedimiento se dé de una forma adecuada y siguiendo las directrices establecidas por las BPM (Buenas Prácticas de Manipulación de alimentos). Adicional a esto se contempla un mes de adecuación y capacitación del personal a cargo que será contratado, esto con el fin de garantizar el funcionamiento adecuado del restaurante.

El proceso de elaboración de los productos dependerá de la naturaleza de este; ya que se contarán con varios servicios uno de ellos es la venta de platos de comida en el corto plazo al igual que la realización de eventos los fines de semana los cuales tendrían un costo adicional, la elaboración de eventos familiares como bodas y despedidas de soltero (para hombre y mujer) en el cual se piensa estar incursionando a mediano plazo y a largo plazo realizar cursos para parejas complementario al servicio de eventos familiares.

Para la elaboración de los eventos estos dependerían de los deseos del cliente, si se desean realizar en las instalaciones con que cuenta el restaurante o solo se solicita el servicio de catering para el mismo.

En el caso de las actividades especiales los fines de semana se realizarán en el horario de funcionamiento regular del restaurante, el único aspecto a coordinar es la disponibilidad del artista o personalidad pública a invitar o de sus obras de arte y la adecuación del lugar acorde a las necesidades del evento a realizar.

Para la elaboración de los platos de comida se tendrá un lapso de 2 horas al inicio de la jornada laboral para iniciar el pre alistamiento de los alimentos necesarios para la elaboración de los platos de comida y posteriormente haciendo uso del término Just in time, el cual se refiere a tener el producto en el momento justo cuando el cliente lo necesita y en las condiciones que este espera, se iniciará la elaboración de los platos para sacar a comedor a medida que van ingresando las comandas.

Uno de los aspectos importantes de una empresa es el monitoreo a nivel de calidad de los productos y servicios prestados, la forma de hacerlo será a través de la realización de encuestas dentro de las técnicas de posventa que se tendrá, otra forma es el registro de los datos del cliente al momento de la elaboración del pedido para poder emitir la factura a pagar correspondiente y tener un registro de las veces en que esta persona ha asistido al restaurante para después de 5 visitas se haga acreedor de una tarjeta cliente frecuente la que le da la posibilidad de obtener descuentos en los eventos realizados los fines de semana, así mismo se tendrá una relación con el cliente por medio de redes sociales por donde se publicarán ofertas y actividades para ganar esta clase de descuentos, similares a las dinámicas que se realizan de give away.

6.1 Cronograma:

NOTA; el primer diagrama muestra el flujograma al hacer un evento nocturno y el segundo es del lugar como tal.

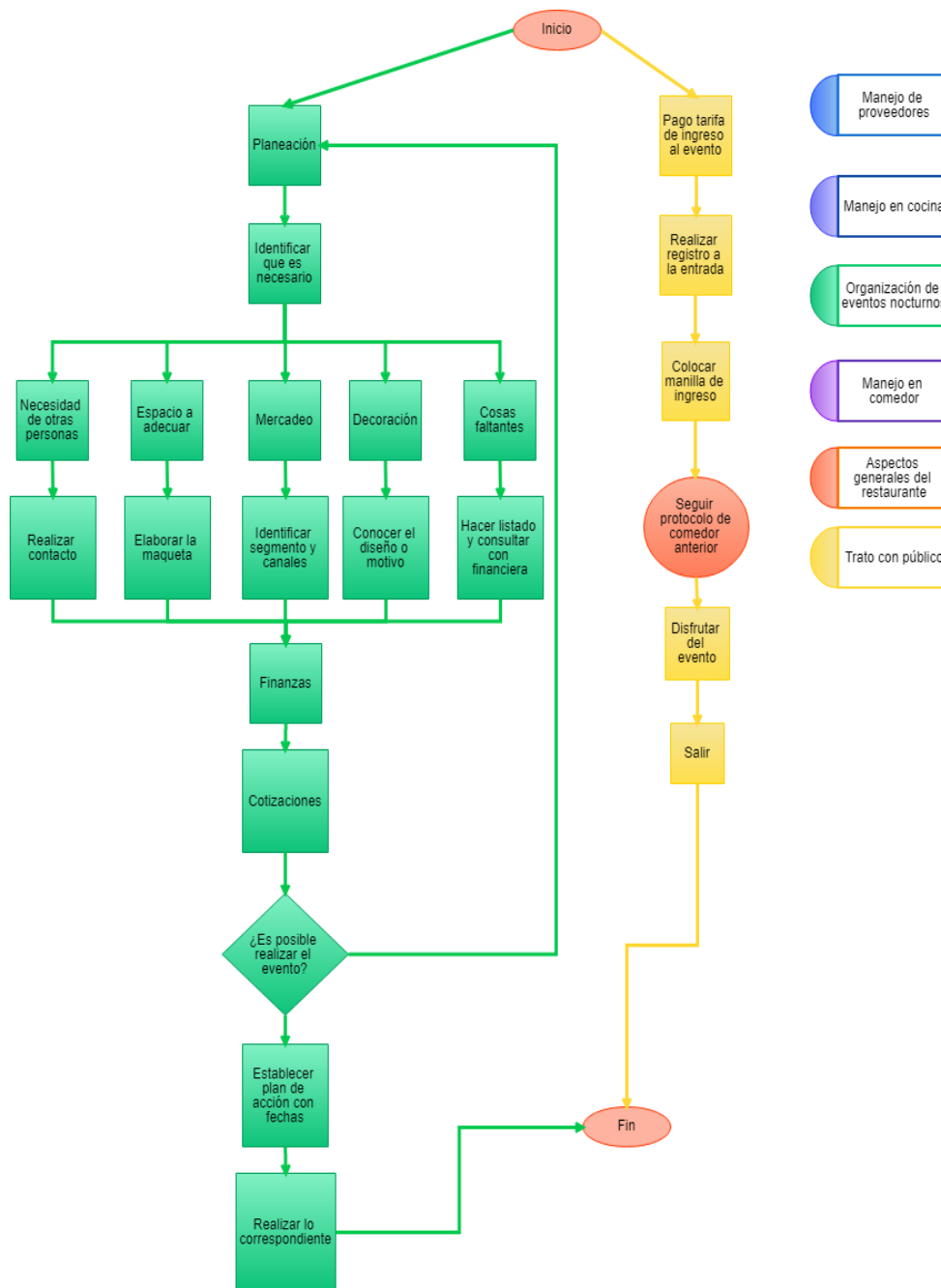


Ilustración 2.
Cronograma para eventos.

En la imagen se ilustra la forma en que las operaciones se llevarían a cabo la operación en el momento en el cual se presente un evento en el restaurante y las correspondientes viñetas para el presente mapa y el que va a continuación.

Fuente: realización autónoma con conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera.

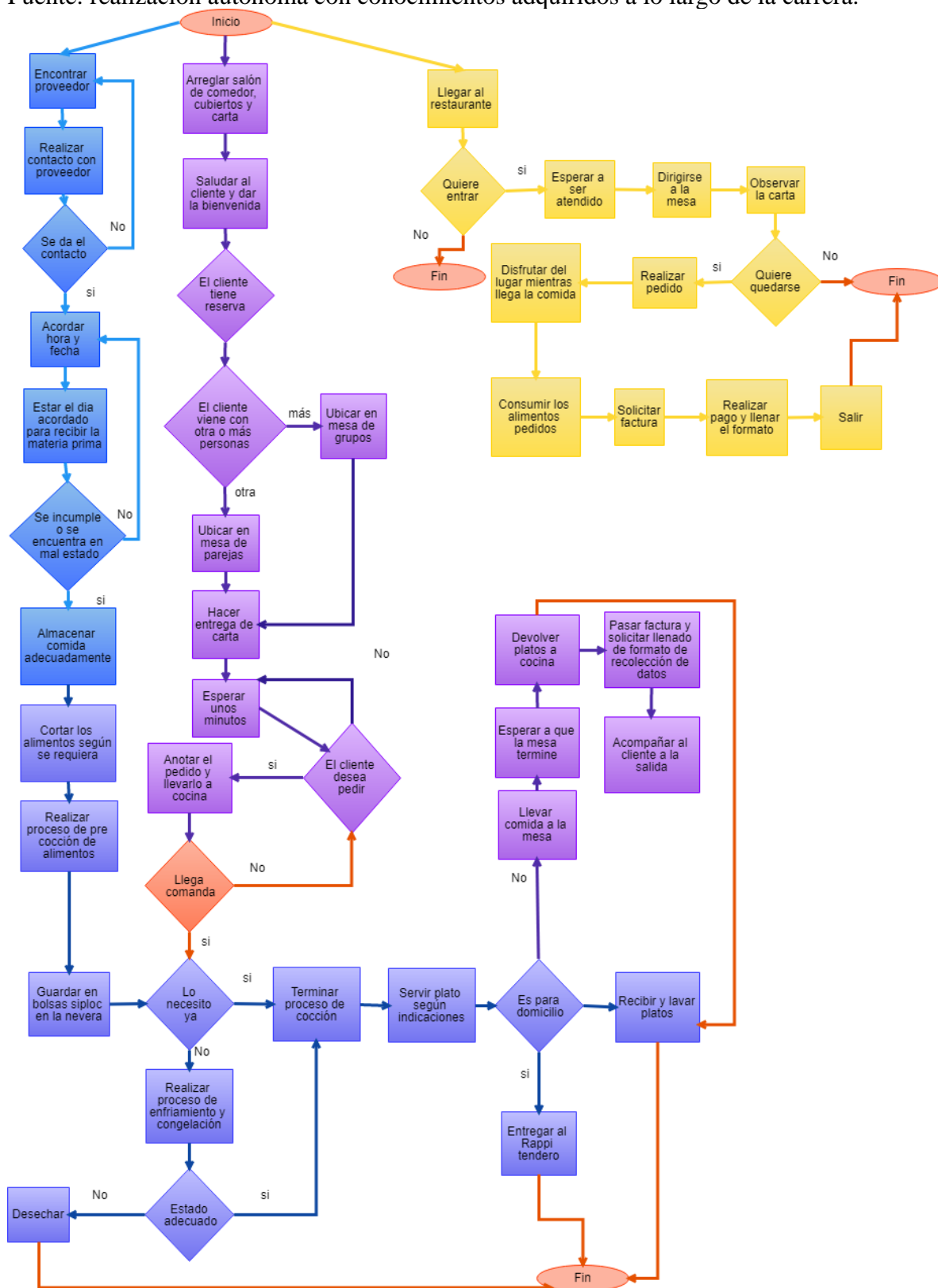


Ilustración 3.***Manejo de restaurante***

En la ilustración se muestra cómo se llevarían a cabo las operaciones en el restaurante en un día normal de servicio.

Fuente: realización autónoma con conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera.

7. Plan de Marketing**7.1 Entorno Económico**

A lo largo de los años, el hombre ha creído en una deidad y junto con la aparición de nuevas tecnologías y ciencias han aparecido diferentes religiones; una de estas que tiene cada vez más personas a fines, es la de los cristianos evangélicos, religión nacida como una subdivisión de la iglesia católica, debido a la reforma protestante que colocó Martín Lutero en el año 1517 en la puerta de una iglesia en Europa, en la cual mencionaba algunos puntos que se estaba pasando por alto las costumbres católicas y eran mencionadas en la biblia, siendo este el libro central del cristianismo.

Cada día, más personas se sienten identificadas con estas creencias, actualmente en Colombia son alrededor de diez millones las persona que asisten a una iglesia de esta denominación religiosa, y este número va cada día más en aumento; debido a las creencias que estas agrupaciones poseen, le es muy difícil al segmento joven de estas iglesias encontrar un lugar adecuado y en línea con estos principios, donde puedan tener espacios de ocio y esparcimiento o para la realización de eventos como bodas, despedida de solteras, etc. Que a su vez motive verdaderamente a los jóvenes a estar involucrado en las cosas de la iglesia o de Dios.

El mercado en la actualidad está en crecimiento ya que es un aspecto poco experimentado y atacado que posee un potencial alto de desarrollo ya que como se explicó antes la población cristiana ha aumentado en los últimos años y la incursión de esta población en muchos aspectos es cada día más fuerte.

Actualmente así como en el mercado de restaurantes o establecimientos de comida existen aquellos que venden al interior de las iglesias sus productos y se basan en la venta exclusiva de alimentos y bebidas, existen dos empresas que se encuentran fuera de estas características y venden a su vez alimento; el primero de estos en Jaques, es un salón de onces con diseño francés que vende productos de consumo a un precio significativo, las creencias en que fue fundada las da a conocer haciendo uso de expresiones artísticas de la época medieval,

para de esta forma no perder su estilo, el otro de estos está ubicado en centros comerciales y es un negocio de comida rápida la forma en que este lugar da a conocer su fé es más discreta y se debe ser muy detallista para percatarse de esto, ya que usan citas bíblicas en los envases de bebida y dentro de su diseño acompañada de palabras referentes a la comida rápida se logra ver la palabra Jesús sin embargo es necesario ser muy detallista para darse cuenta de esto, este negocio es Sandwich Gourmet, el único lugar que ha logrado copiar la salsa de ajo que es vendida por el emblemático Sandwich Qbano.

Con esto se logra ver que existe una gran oportunidad para la idea propuesta, puesto que muchas personas aún sin saber cual es el objetivo principal del negocio donde adquieren sus productos, están siendo impactados por conocer a Dios, estos a igual que muchas otras empresas comerciales dedicadas a otro sector son ejemplos de como se puede llegar al mercado objetivo sin necesidad de decir que se pertenece a determinado grupo social e impactar la sociedad, siendo esta la muestra de no tener barreras de entrada a este mercado.

De existir cambios a nivel económico, se consideraría como trascendental de darse estos cambios por aumento en la inflación, ya que los precios aumentarían y si se tiene en cuenta la población a la que se quiere llegar puede suceder una disminución en la demanda de los servicios brindados, de suceder una disminución en la mano de obra también afectaría negativamente la

empresa ya que no se contaría con el personal necesario para suplir la demanda esperada, para la etapa inicial un aumento en las tasas de interés haría que posiblemente la empresa estuviese en riesgo para cubrir la totalidad de sus obligaciones financieras.

7.2 Clientes

El segmento de mercado al cual se quiere llegar es el público joven en especial de religión cristiana ya que estas personas tienen costumbres diferentes a las del resto de la sociedad.

El restaurante estará enfocado para hombres y mujeres, entre los 22 a 32 años de estratos medios altos que pertenecen a las congregaciones religiosas que tienen creencias similares a las que se profesan en la religión cristiana evangélica; esto se menciona ya que existen creencias religiosas que no son consideradas de esta corriente ya que algunas de sus celebraciones son de carácter judío, adicionalmente no se hará selección del tipo de persona que a este establecimiento ingrese ya que se estaría yendo en contra de uno de los valores que este restaurante tiene como principio como lo es la tolerancia.

En su vida cotidiana realizan reuniones en casas para la lectura conjunta de la biblia, reuniones en templos por edades o dependiendo el género, esto se realiza entendiendo las diferencias existentes entre personas por su edad, filosofía de vida y época en la cual crecieron, a su vez se tendrán en cuenta diferentes costumbres que son base y pilar de la mayoría de congregaciones pertenecientes a esta corriente religiosa: no consumo de alcohol, esperar hasta el momento del matrimonio para tener relaciones sexuales, no se realizan celebraciones como primeras comuniones y confirmaciones; en el caso del bautismo, este se realiza, pero cuando el practicante de la religión ya es mayor y entiende el motivo por el cual se realiza, al contrario de la concepción que tiene la religión cristiana católica y no es considerado un acto que se deba realizar una sola vez en la vida.

Uno de los temas que más apasiona a la generalidad de estas personas es estar en constante conocimiento de la biblia y las cosas que este libro tiene para enseñar, motivo por el cual muchos realizan seminarios y cursos que son ofrecidos (en algunos casos de forma gratuita) en las diferentes congregaciones, otros deciden estudiar teología y formarse como profesionales en este ámbito.

Sin embargo, esta no es la única carrera que es escogida por estas personas ya que son conscientes de la necesidad y lo útil que es para la sociedad estar preparado a nivel académico,

siendo el trabajo la forma más adecuada de sacar adelante su familia y no acudir a formas fáciles y perjudiciales para otros de conseguir dinero (cometer robo, narcotráfico, prostitución, etc).

Se debe tener en cuenta, los gustos de música y formas de ser de las personas, es allí donde se identificó que al igual que la sociedad común esta comunidad tiene una serie de géneros musicales muy amplia ya que no se considera un género musical bueno o malo si no el contenido y la letra es lo que juegan un papel importante en cuanto a la selección musical para estas personas, en este sentido al igual que se observa en el resto de la sociedad existen personas que les gusta la música movida y a otras a las cuales su género musical preferido es un poco más calmado, aunque esto también depende del estado de ánimo que tenga la persona.

7.3 Competencia

Después de salir de una actividad en una congregación se acostumbra a ir a comer y compartir con amigos sin embargo estos establecimientos no ofrecen más que el aliment, dejando de lado la oferta de un espacio para ser consumidos los mismos. Esto sucede ya que muchas de las organizaciones no poseen espacios propios para esto o por poseer más reuniones las cuales

están organizadas una después de la otra con tiempos muy cortos para realizar el tránsito de personas.

La competencia mayor que se tendría sería el restaurante Jaques el cual ofrece una amplia carta para degustar platos, pero su principal enfoque son eventos elegantes u ocasiones especiales que deseen ser compartidos en completa calma y que requieren de cierta etiqueta al vestir.

Por otro lado se tienen los cafés de dos de las congregaciones con mayor cantidad de personas presente, como lo son coffee & Jesus y café de la Sabana los cuales ofrecen alimentos a las personas que salen de las reuniones de las iglesias El Lugar de su Presencia y Misión Carismática Internacional.

Otro posible competidor, aunque está bastante lejano a lo que se quiere realizar en este lugar son los centros comerciales los cuales son otro gran atractivo para la población seleccionada y se puede decir son actualmente el lugar escogido para realizar actividades de ocio, en estos lugares en algunas zonas se puede encontrar una sede de Sandwich Gourtment, empresa que vende comida rápida y por producto sería una empresa competencia para Boré.

7.4 Como y Porque me Puedo Meter en este Nicho

El motivo primordial por el cual me puedo meter en este nicho y como se vio antes soy una persona que pertenece a este segmento del mercado, he tenido experiencias similares a las que otros han tenido, por mi edad he tenido cercanía y conocimiento de casos relacionados con las necesidades que esta población posee.

Lo cual me permite tener un conocimiento amplio del nicho de mercado y mencionar a las iglesias mismas, redes sociales y participación en eventos como canales por los cuales nos daremos a conocer con la propuesta de valor anteriormente descrita.

7.5 Matriz de Análisis Competitivo

Ilustración 4.

Matriz de Analisis de Competidores del Mercado

Factor	Boré	Fortaleza	Debilidades	Coffe & Jesus	Jaques	Importancia para el
Productos	Empanadas, sopas, ensaladas, sandwich, hamburguesas	Es el tipo de comida que es consumida por la gran mayoría de la población objetivo.	No se venden productos saludables dejando fuera aquellas personas que procuran cuidarse en su alimentación.	Tienen nombres llamativos y su presentación depende de los nuevos lanzamientos	Presentación formal de los platos y excelente sabor	12%
Precio	Entre \$25.000 y \$30.000	Se ve reflejado el costo adicional en la calidad del producto			Entre \$40.000 a \$50.000 aproximadamente	10%
Calidad	Es adecuada y se satisfacen las necesidades del cliente.	El sabor de los productos es bueno y adecuado para la gran mayoría de la población	Falta de valet parking	Buena	Adecuada	17%
Servicio	Los eventos realizados son guiados y apropiados al segmento del mercado.	Es adecuado las personas se sienten como en su hogar	Contar con forma de pedir canciones a preferencia del cliente.	Amable y rápido	Adecuado y formal	20%
Reputación de la empresa	Es conocida como una empresa que brinda opciones diferentes de eventos a realizar.	Tiene un ambiente familiar que agrada pasar más de 3 horas dentro de el	Falta de dar a conocer el restaurante ante personas cercanas.	Es conocido por los miembros de la iglesia y su círculo de conocidos y amigos, se llega a conocer por redes sociales.	Es un restaurante solo conocido por habitantes cercanos a la zona donde queda la cafetería y que tienen la capacidad para pagar los platos de este lugar.	8%
Ubicación	Está ubicada en una zona concurrida para restaurantes, pero marca la diferencia en medio de todos estos	Es de fácil acceso, cuenta con personal amable y servicial.	Un poco lejos y de poco acceso a las personas del sur de la ciudad.	Al lado de la iglesia, en la zona sur de suba cerca al centro comercial Iserra 100.	Es a dos kilómetros del parque de la 93. En la 109 con 15.	14%
Ambientación	Es bueno y novedoso	Tiene una razón de ser y genera sentimiento de alegría, tiene en cuenta las necesidades de los clientes.	Vestuario no apto de los meseros.	Tradicional de cafetería con colores llamativos.	Elegante y formal.	13%

En la ilustración se puede observar un análisis de los competidores que tendría el restaurante y el restaurante o idea de negocio propuesta.

Fuente: realización autónoma con conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera e investigaciones realizadas.

7.6 Estrategia de Mercado

El plan de mercadeo se daría primordialmente por redes sociales y difusión en las diferentes iglesias de la ciudad; acudiendo a esto en el corto plazo ya que son las opciones más económicas que se pueden dar a nivel general y tener presencia en novedadescristianas.com revista cristiana difundida en la puerta de algunas de las congregaciones, estas publicaciones en redes se realizarían una vez a la semana y la revista tiene circulación una vez al mes.

Para un periodo de largo plazo se realizaría presencia en eventos en los cuales asisten la mayoría de las personas pertenecientes al nicho de mercado seleccionado como: Bogotá gospel, Jericó color fest, Raza de campeones, entre otros.

La imagen que el restaurante quiere transmitir es una imagen de un lugar agradable para todos los jóvenes de la ciudad, que sin distinción alguna recibe con los brazos abiertos a sus comensales, dándoles la posibilidad de sentirse libres y acogidos tal y como son, sin tener presente su nacionalidad, filosofía de vida, etc. con el objetivo de ser un lugar donde no solo se va a comer si no a crecer como persona y a nivel espiritual, donde los interesados en aprender más de la biblia y vida de Jesús.

Como se muestra en el anexo C el cual hace referencia a la imagen del restaurante se muestra que los colores corporativos serian naranja y azul estos son referentes de confianza, alegría, creatividad y autoridad; esta última se debe al significado que tiene la palabra Boré en el hebreo ya que se refiere a Dios, el diseño de interior empieza desde el diseño del lugar ya que tendría dos puertas una en la parte de atrás para facilitar la entrada de materia prima y otra por la parte de adelante para el ingreso de las personas, se contará con tres secciones una para niños, otro apto para grupos con música animada y alegre y finalmente otro sector para personas que van en pareja a hablar temas personales o de forma individual a hablar con Dios.

Se espera en un futuro cercano contar con 2 eventos mensuales, en los cuales participen personalidades importantes como: pescado vivo, Sara Borraes, Kika Nieto, Camilo Maya, Si vale esperar, entre otros. Adicionalmente se espera contar con un aumento del 60% de los ingresos que el restaurante poseía en un comienzo, esto se logrará mediante la constancia y firmeza de una campaña de mercadeo a lo largo de los años, dando a conocer el negocio en los diferentes eventos realizados por la comunidad cristiana en las diferentes épocas del año, recibiendo cada vez más personas no solo como comensales si no como colaboradores.

Por otro lado, en el largo plazo se espera, estar contribuyendo al mejoramiento del deterioro climático aumentando en un 5% mensual el mobiliario, por mobiliario realizado con materiales reciclables y la participación en eventos como empresa encargada de alimentos ya preparados y la realización de cursos prematrimoniales.

7.7 Presupuesto Promocional

Se destinará el 8 por ciento de las utilidades netas mensuales a la elaboración de publicidad y difusión de este material en los medios anteriormente mencionados.

7.8 Estrategia de Precio

El precio que será manejado por la empresa para los productos a la venta (platos de comida) tendrán un costo de veinticinco mil pesos, el cual es un precio similar al ofrecido en 2 de las empresas que son competencia de la empresa.

El servicio al cliente será manejado por medio de redes sociales, a través de Messenger, mensajes directos de Instagram y Twitter ya que es una forma más directa y fácil de dar con ella.

7.9 Distribución

La mayoría de las empresas similares se encuentran cerca de iglesias si bien esto ayuda a que las personas de esta religión sepan de la empresa, los integrantes de estas congregaciones se encuentran en su mayoría de tiempo en lo corrido de la semana se encuentran lejos de sus lugares de reunión y necesitan reunirse para compartir con sus amigos en un lugar diferente, es en estas circunstancias donde acudirían al restaurante Boré.

7.10 Canales de Distribución

La forma en que se daría la venta de productos sería al por menor en un punto de venta, pues más que un producto se ofrece un servicio y para que este sea experimentado es necesario vivirlo.

7.11 Pronóstico de Ventas

Las ventas se pronosticaron teniendo en cuenta dos escenarios en una primera instancia se analizó con cantidades favorables es decir según lo que se espera que suceda en un escenario real y otro que se realiza para mirar un escenario desfavorable, esto para observar si la empresa estaría dispuesta a trabajar con un margen menor a lo planteado inicialmente.

Se debe aclarar que para efectos prácticos se realizó el pronóstico de forma anual, pues calcular la cantidad de personas que entran al día sería un poco más complejo, teniendo en cuenta que el primer año de un negocio como estos es casi un año de pérdidas y es necesario sostenerse con recursos propios, es por esto que los datos suministrados se tomaron como anuales y no mensuales.

Con las aclaraciones anteriores se puede observar que al disminuir en 300 unidades las ventas anuales los ingresos estarían siendo disminuidos en cien millones aproximadamente, teniendo en cuenta que la expectativa del aumento en ingresos continúa siendo de quinientas unidades de platos vendidos y cien personas adicionales al año como asistentes a los eventos que se realizan los fines de semana.

8. Plan Operacional

A diario se debe contar con una serie de acciones a realizar para prestar un servicio y brindar un producto adecuado a los comensales los cuales se pueden dividir en 2 grupos uno referente a las actividades del personal de comedor y otra a las ejercidas por el personal de cocina

Para el personal de cocina se basa en; realizar la limpieza a diario de la cocina después de terminado el servicio, elaboración del mise en place o pre-alistamiento de los productos necesarios para la preparación de cada plato para cada día y la posterior elaboración o terminación de los platos solicitados por comandas a la marcha, como se explicó anteriormente,

servir los platos según la imagen mostrada en las cartas, preparación del alimento para los trabajadores

Para el personal de comedor se basa en realizar la limpieza del comedor después de terminado el servicio, organización de mesas, sillas, servilletas, cubiertos, en el comedor antes de cada servicio, brindar la carta a los comensales, ser pacientes mientras estos deciden el plato de su preferencia, tomar el pedido, conducir la comanda a la cocina, entregarla al chef y pasado un tiempo volver para recoger el plato y llevarlo a la mesa correspondiente.

Para cumplir con estos requerimientos es necesario la presencia de los profesionales anteriormente mencionados y adicionalmente una persona encargada de la limpieza de los baños públicos.

No solo es necesario una planta de personal sino también un conjunto de ítems como: papelería de facturas para la elaboración de comandas o uso de 3 tabletas para manejar este aspecto de forma virtual y así facilitar la solicitud de pedidos a los comensales, juego de cubiertos para comensales, servilletas, mesas y sillas de un material fácil de limpiar, una estufa, una campana extractora de olores y humo, un horno grande una nevera, una freidora, una estufa de 4 puestos, mesones, cuchillos, cubiertos para el personal, tablas para picar, una estación con 2

cubetas para lavar platos, uniformes, parlantes, decoración, amplificador de sonido, folders para organizar documentos 2 computadores para manejo de contabilidad diaria (caja) y otro para temas administrativos.

Es importante llevar el tiempo que es necesario para la producción del servicio y/o producto en el caso del producto a ofrecer se espera que esta tarde 2 horas aproximadamente en llegar al comensal en total, contando desde el momento en que llega la orden del alimento solicitado. Por otro lado, el estimado de tiempo de elaboración de los servicios prestados se estiman según la dificultad de los mismos ya que para eventos en el restaurante semanales depende del tipo de este y el tiempo de planeación que sea necesario y a su vez los eventos dependen de los requerimientos solicitados por los clientes, sin embargo se estima un tiempo promedio de 2 días de planeación y 3 horas de elaboración del servicio como tal. Otro tipo de servicio que se va a prestar es la venta de alimento en este aspecto se aproxima en 3 horas por persona o grupo desde su entrada hasta su salida.

Por otro lado, es importante el registro del inventario de materias primas y utensilios necesarios en el restaurante a nivel general, para esto se usaría una plantilla similar a la expuesta en el anexo E “Tabla de registro de inventario”.

8.1 Costos

Como se muestra en el listado de costos y gastos iniciales del proyecto la inversión en la primera parte de este es abundante, motivo por el cual es necesario acudir a fondos externos para cubrir toda esta suma de dinero.

La suma de la cual se habla es de aproximadamente treinta y cuatro millones de pesos en los cuales van incluidos los costos de arrendamiento, adecuaciones necesarias, utensilios de cocina, mesas, sillas y elementos necesarios para el comedor.

8.2 Entorno Legal

Según la constitución nacional actual (1991) la cual dice en su artículo 19: *“Se garantiza la libertad de cultos. Toda persona tiene derecho a profesar libremente su religión y a difundirla en forma individual o colectiva. Todas las confesiones religiosas e iglesias son igualmente libres*

ante la ley.” Nos menciona que en este país es aceptado por igual la difusión de cualquier tipo de religión.

A partir de ese año se ha observado un crecimiento significativo en número de esta población, y una incursión notable en muchos ámbitos de la sociedad en general, lo cual incentivó a la creación de una cámara de comercio exclusiva para las empresas que van en línea a las creencias que esta población posee.

Uno de los aspectos más importantes a tener en cuenta a la hora de montar un local de comida es la distribución y composición nutricional del plato o porción de alimento disponible para la venta al público, para esto es necesario tener conocimiento de la tabla de composición de alimentos colombianos en el caso nacional el cual es emitido por el ICBF; adicionalmente a nivel nutricional se debe tener en cuenta el decreto 3075 de 1997 el cual se refiere a las buenas prácticas de manipulación de alimentos a nivel nacional o BPM, además de seguir lo dictado a nivel internacional por la OMS.

Por otra parte, a nivel de seguridad en la cocina se deben tener en cuenta las HASSP que se refiere a la resolución 2364 del 2003 el cual aplica a nivel internacional.

Además de esto se debe tener presente la expedición de determinados documentos, los cuales son muy necesarios para el adecuado funcionamiento de los establecimientos donde se vende alimentos, como: el Codex alimentarius de 1969 que tuvo una actualización en 2003 el apartado 121 de la FDA (Administración de drogas y alimentos de Estados Unidos) de 1986 la cual se actualizó en 1996 y las normas y reglamentos establecidos por el INVIMA, entidad encargada de regular y verificar el adecuado funcionamiento de un establecimiento.

8.3 Personal

Para una empresa es sumamente importante contar con mano de obra, pues sin esto no puede funcionar, más en el caso de un restaurante donde la principal mano de obra necesaria son los meseros y sin su labor el establecimiento no puede funcionar, así mismo otra mano de obra esencial es los cocineros ya que sin ellos no se tiene el producto que es ofrecido y colocado a la venta.

En este sentido el número de empleados que tendrá la empresa serán un chef, un barman y persona encargada de bebidas y cocina fría, una persona encargada de lavado de loza, una persona encargada de preparación de carnes, otra encargada de la parte de dulces y postres y un

último integrante del equipo de cocina, el cual estaría a cargo de guarniciones o acompañamientos de los platos ofrecidos.

El equipo de mesa estará compuesto por un buss boy y dos meseros los cuales serán los responsables de velar por el orden y satisfacción por parte del cliente.

Los empleados serán contratados a término fijo de seis meses, ya que este tiene un periodo de prueba en el cual se determinaría si la persona continua y se hace un nuevo contrato por otros seis meses para luego hacerlo por un año y si es posible en un largo plazo contemplar la contratación indefinida del empleado, esto dependiendo la relación laboral que se tiene en el tiempo por las dos partes.

Los empleados tendrían un horario de 9 de la mañana a 7 de la noche, a diferencia de los días en los que se tenga evento en los cuales los horarios se ajustarán a este tipo de eventos.

Como políticas de evaluación que se tiene en Boré está orientada a la consecución de logros y se basa en los logros que los empleados alcancen en medio de su trabajo en equipo.

Al un empleado cometer una falta es necesario que este acuda a su jefe directo y así hasta ir escalando de ser necesario para poder solucionar este conflicto en los mejores términos.

Por otro lado, si un trabajador decide renunciar se le entregará la indemnización correspondiente que dice la ley es obligación del empleador darle a su empleado y una carta de recomendación por su buen desempeño y servicio prestado a la empresa por el tiempo transcurrido desde su ingreso.

8.4 Proveedores

Al estar encargados de la preparación de alimentos, los principales suministros necesarios, son estos mismos, en este orden de ideas y para garantizar un producto de excelente calidad a los comensales y clientes, los principales proveedores serán los campesinos de regiones cercanas a la capital de la republica que realicen la siembra, manutención y cosecha de sus productos de forma orgánica y adecuada, para garantizar de esta forma salud y salubridad a nuestros clientes.

El pago de los productos se llevará teniendo en cuenta la época del año, procurando realizarse de contado los días 15 a contra entrega; puesto que los costos dependen de la cantidad

y esta de la época del año, el menú será diseñado de forma tal que los costos de suministros no aumenten si no permanezcan constantes.

9. Gestión y Autoridad

9.1 Presentación del Equipo Emprendedor

La emprendedora es una mujer apasionada por las cosas de Dios, que ama a los jóvenes y desea que muchos más lleguen a conocer a un Dios real, considera que la vida cristiana es mucho más que rezar u orar y que los jóvenes cristianos son Jóvenes alegres llenos de vida, cuyo deseo fundamental es que muchos más conozcan a un Dios real y lo sirvan con gran pasión sin importar su profesión u oficio.

Estudió cocina durante un semestre, porque pensó que este sería el medio para cumplir sus sueños, consideraba a esta carrera el pilar fundamental de su vida; con el paso de los meses se dio cuenta que no era así, pero este proceso le ayudó a encontrar el que en verdad era la fuente de su pasión, la administración de empresas actualmente cursa octavo semestre de esta carrera en

la Universidad Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario, donde está próxima a iniciar su etapa final de estudios como lo son las pasantías, las cuales desea realizarlas en el sector de alimentos, donde pretende formarse como profesional y seguir contribuyendo al desarrollo nacional.

9.2 Organigrama de la Empresa:

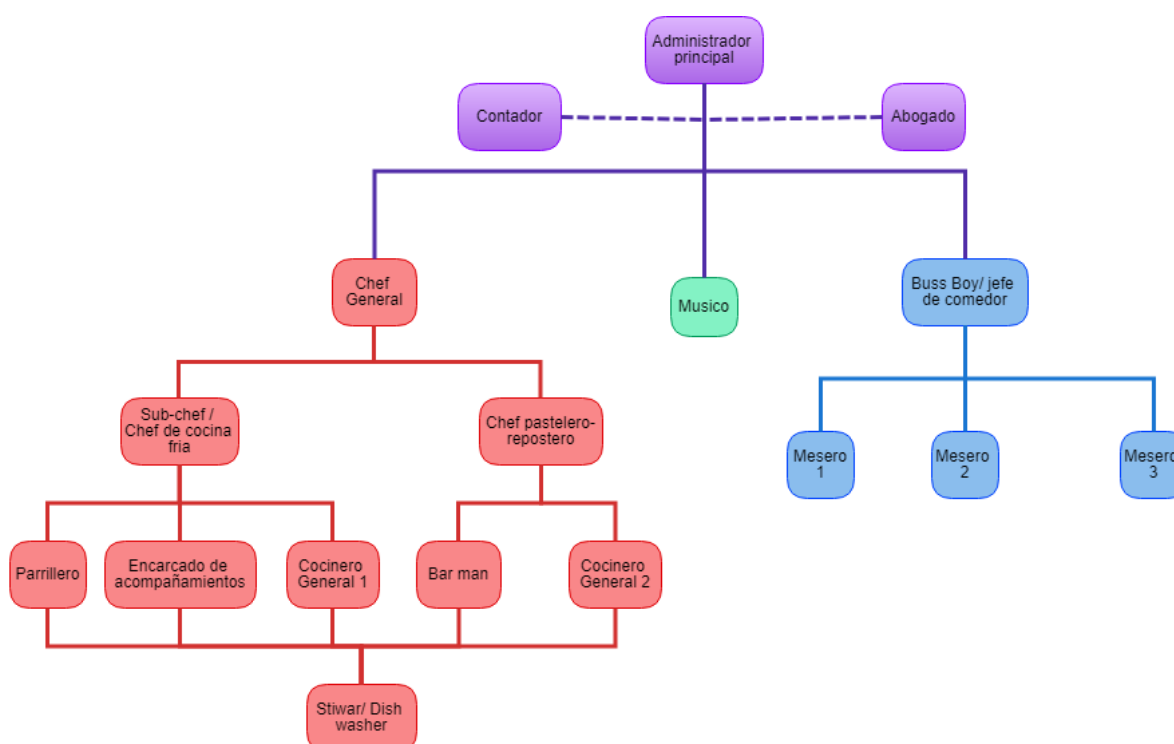


Ilustración 5.

Organización Jerárquica de la Empresa.

En la ilustración se muestra la estructura jerárquica que tendría el restaurante con su respectiva línea de mando para cada unidad que conformaría la empresa.

Fuente: realización autónoma con conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera.

9.3 Descripción Perfiles de Cargos:

9.3.1 Perfil de cargo para Administrador

Objeto del cargo: Manejar adecuadamente un establecimiento gastronómico, otorgando los recursos necesarios y actuando para otorgar un buen clima organizacional para cada estamento de la empresa y en la empresa en total, contar con conocimientos generales de las iglesias existentes en la ciudad y los procesos de formación espiritual que allí se llevan a cabo.

Requisitos mínimos:

- Ser mayor de edad.
- Haber cursado y tener título de bachiller académico.
- Tener título de educación superior de carácter administrativo.
- Tener experiencia de mínimo tres años como administrador de un establecimiento gastronómico.

Descripción de funciones:

- Estar pendiente de los activos y pasivos, entradas y gastos del restaurante.
- Manejar y estar pendiente de la documentación necesaria para tener en funcionamiento de manera adecuada el restaurante.
- Surtir de una manera adecuada y eficiente las materias primas necesarias a los dirigentes de cada estamento del restaurante.

- Firmar y mantener vigente los distintos contratos necesarios con los proveedores, para un adecuado desarrollo de funciones.
- Archivar y firmar contrato con los empleados del restaurante.
- Realizar la evaluación de clima organizacional a nivel interno de la empresa.
- Velar por solucionar los aspectos a tener en cuenta que se identificaron en la evaluación del clima organizacional.
- Citar a la reunión mensual para la elección de cocinero y mesero del mes y la resolución de problemas internos de la empresa.
- Realizar la entrega de la dotación correspondiente a cada trabajador.
- Verificar que la consignación del salario llegue a manos del empleado.

Requisitos interpersonales:

- Persona honesta.
- Persona respetuosa.
- Persona con voz de liderazgo.
- Persona ordenada.
- Persona sin antecedentes de carácter penal y legal.

9.3.2 Perfil de cargo para Chef

Objeto del cargo: Manejar adecuadamente una cocina, promoviendo un buen clima organizacional y las normas de seguridad que se deben tener en la misma, además, de una distribución adecuada de los recursos que se tienen en la misma.

Requisitos mínimos:

- Persona mayor de edad.
- Tener título de bachiller académico.
- Tener título de educación técnica en cocina con profundización en administración.
- Tener experiencia de mínimo cinco años en el ámbito de la cocina.

Descripciones de funciones:

- Asignar adecuadamente las funciones a realizar en la cocina.
- Distribuir adecuadamente los insumos que le son entregados para la buena realización del servicio.
- Recibir de manos del administrador la dotación de los empleados que tiene a cargo y velar por que la misma llegue a manos del respectivo empleado.
- Observar el desarrollo del personal y teniendo en cuenta esto realizar los ascensos debidos e informar al administrador de esto.
- Asistir a la reunión mensual que organiza el administrador y ayudar a la elección del cocinero del mes, teniendo en cuenta el desempeño de cada cocinero durante el respectivo mes.
- Vigilar la calidad de los platos que salen de la cocina y velar por la inocuidad de cada plato.

- Estar en contacto constante con el capitán de mesa para tener conocimiento de las opiniones y el manejo que se den en el comedor.

Requisitos interpersonales:

- Persona honesta.
- Persona respetuosa.
- Persona capaz de ser líder y con voz de mando.
- Persona ordenada.
- Persona capaz de ver fortalezas y así mismo organizar al personal para el desarrollo adecuado de las funciones.

9.3.3 Perfil de cargo para Capitán de mesa

Objeto del cargo: Velar por una adecuada puesta en marcha del servicio en el comedor y orden en el mismo, con el objetivo de otorgar un adecuado y ameno servicio a los clientes del restaurante.

Requisitos mínimos:

- Ser mayor de 18 años
- Haber cursado todos los cursos de media académica y vocacional.
- Tener certificado de administrador de empresas turísticas y hoteleras.
- Tener experiencia de mínimo 4 años como capitán de mesa.

Descripción de funciones:

- Dar una adecuada distribución a los meseros que va a tener a cargo.
- Recibir de manos del administrador la dotación del personal que tiene a cargo y realizar la entrega a la respectiva persona.
- Comunicar al administrador de la posibilidad de un ascenso en su área del restaurante.
- Asistir a la reunión mensual programada por el administrador, para la elección del mesero del mes.
- Estar atento a las recomendaciones que realizan los clientes para tener un mejor servicio.
- Mantener comunicación constante con el chef con el objetivo de que cada cliente quede satisfecho con el servicio que se brinda en el restaurante.

Requisitos interpersonales:

- Persona honesta.
- Persona ordenada.
- Persona con voz de mando.
- Persona respetuosa.
- Persona capaz de observar habilidades en los demás y realizar los respectivos logros.
- Persona paciente y a la vez exigente.

9.3.4 Perfil de cargo para Contador

(este cargo aunque no sería contratado directamente si no tercerizado también hace parte de los cargos más importantes a tener en cuenta a la hora de realizar una alianza)

Objeto del cargo: Asesorar y estar pendiente del manejo financiero del dinero del restaurante y apoyar e esto al administrador.

Requisitos mínimos:

- Haber cumplido la mayoría de edad
- Tener finalizados los estudios de básica secundaria y media vocacional y como certificado de esto tener diploma de bachiller.
- Tener estudios relacionados con contaduría.
- Tener experiencia de mínimo 4 años en su área.

Descripción de funciones:

- Colaborar en el manejo y distribución de recursos económicos en el restaurante.
- Sacar la relación de gastos del restaurante de manera mensual.
- Presentar informe mensual de la forma en la que fue utilizado el dinero que ingreso al restaurante.
- Realizar la nómina de cada empleado y presentarle esto al administrador para que él consigne el salario a cada empleado.
- Colaborarle al administrador en lo que le sea requerido al mismo.
- Estar pendiente de realizar el pago de los servicios públicos del restaurante.

Requisitos interpersonales:

- Persona honesta.

- Persona respetuosa.
- Persona ordenada.
- Persona sin antecedentes penales y legales.
- Persona responsable.
- Persona que sea capaz de seguir órdenes y normas.

9.3.5 Perfil de cargo para Steward o Dishwasher

Objeto del cargo: encargado de la limpieza de los utensilios necesarios para cocinar por parte de los cocineros.

Requisitos mínimos:

- Ser mayor de edad
- Haber realizado los estudios de básica secundaria y media vocacional.
- Experiencia en zona de lavado de platos de mínimo 2 años.

Descripción de funciones:

- Lavar los utensilios de uso cotidiano de los cocineros.
- Mantener los platos y cubiertos empleados en el servicio aseados.
- Después de finalizado el servicio realizar el aseo de la cocina.
- Semanalmente realizar la limpieza respectiva de los electrodomésticos empleados.

- Junto con el aseo son los únicos en tener acceso a los elementos de limpieza del restaurante.
- Colaborarle al aseo en el aseo de los uniformes y repasadores de los cocineros.

Requisitos de personalidad:

- Persona honesta.
- Persona responsable.
- Persona con fuerza física.
- Persona ágil.
- Persona con poco asco

9.3.6 Perfil de cargo para Bodeguero y cocina fría

Objeto del cargo: persona encargada de todas las preparaciones frías como ensaladas, entradas frías, entre otros platos fríos y la organización de los inventarios.

Requisitos mínimos:

- Persona mayor de edad.
- Tener título de bachiller académico.
- Tener título de educación técnica en cocina.
- Tener experiencia de mínimo cinco años en el ámbito de la cocina fría.

Descripción de funciones:

- Realizar las ensaladas que ofrece el restaurante.
- Realizar los acompañamientos fríos de cada plato.
- Realizar las entradas frías que el restaurante ofrece.
- Cortar los vegetales.
- Mantener los alimentos inocuos.
- Preparar las emulsiones necesarias.
- Descongelar las proteínas necesarias para platos del restaurante en la cocina caliente.

Requisitos de personalidad:

- Persona honesta.
- Persona respetuosa.
- Persona ordenada.
- Persona con los conocimientos de cortes.
- Persona que sepa escuchar y seguir órdenes.

9.3.7 Perfil de cargo para Entremetier.

Objeto del cargo: Persona que se encarga de realizar las guarniciones de cada plato.

Requisitos mínimos:

- Persona mayor de edad.
- Tener título de bachiller académico.
- Tener título de educación técnica en cocina.
- Tener experiencia de mínimo cinco años en el ámbito de la cocina.

Descripción de funciones:

- Realizar los arroces
- Servir las respectivas guarniciones de cada plato.
- Es el encargado de revisar el estado de la vajilla
- Verificar que los alimentos estén cocidos de la forma en que se presenta en la carta.
- Colocar las guarniciones según se indica en la carta del restaurante.
- Pasarle el plato al parrillero para que este proceda al emplatado de la proteína.

Requisitos de personalidad:

- Persona honesta.
- Persona respetuosa.
- Persona ordenada.
- Persona con los conocimientos de cocciones.
- Persona que sepa escuchar y seguir órdenes.
- Persona con alta capacidad para recordar.
- Persona con interés en salir adelante e incursionar con éxito en el mundo de la gastronomía.

9.3.8 Perfil de cargo para Mesero

Objeto del cargo: persona encargada del servicio a los clientes en las mesas y garantizar la buena imagen del restaurante.

Requisitos mínimos:

- Persona mayor de edad.
- Tener título de bachiller académico.
- Tener título de educación técnica en hotelería y turismo.
- Tener experiencia de mínimo cinco años en el ámbito del servicio en comedor.

Descripción de funciones:

- limpiar antes de comenzar el servicio las mesas.
- Colocar los tenedores y las servilletas en el lugar indicado.
- Tomar el pedido del cliente y llevar la comanda a la cocina
- Llevar el plato de la cocina a la mesa del comensal que corresponda.
- Recoger la losa después de que el comensal haya terminado.
- Estar atento a las necesidades que tenga el comensal y solucionarlas en el momento adecuado.
- Después del servicio realizar la limpieza de las mesas y la zona de comedor.
- Irradiar las costumbres y el carisma de las personas colombianas.

Requisitos de personalidad:

- Persona honesta.
- Persona respetuosa.
- Persona ordenada.
- Persona alegre.
- Persona amable.
- Persona con personalidad.
- Persona ágil.

9.3.9 Perfil de cargo para Busboy

Objeto del cargo: persona encargada de la ubicación de los clientes al interior del restaurante.

Requisitos mínimos:

- Persona mayor de edad.
- Tener título de bachiller académico.
- Tener título de educación técnica en hotelería y turismo.
- Tener experiencia de mínimo cinco años en el ámbito del servicio de mesa.

Descripción de funciones:

- Colaborar con la ubicación y organización del comedor antes de iniciar el servicio.

- Mantener limpia la entrada del restaurante.
- Abrir las puertas del restaurante.
- Recibir a los comensales con alegría y entusiasmo.
- Ubicar a los comensales en la mesa adecuada teniendo en cuenta el número de personas por mesa y los deseos del comensal.
- Comunicar al mesero encargado si se trata de una visita por un motivo especial.

Requisitos de personalidad:

- Persona honesta.
- Persona respetuosa.
- Persona ordenada.
- Persona con los conocimientos de la ubicación de las mesas del restaurante.
- Persona que se sienta en capacidad de hablar en público.
- Persona con personalidad.

9.4 Reglamento Interno

9.4.1 Deberes de la empresa:

1. Otorgarles a los empleados un salario acorde a las labores desempeñadas en el restaurante y lo establecido en los contratos laborales firmados a la hora de incorporarse en el restaurante, esto se realizará por medio de la entrega de cheques entregados de manera puntual.
2. Otorgar un espacio limpio y de óptimas condiciones higiénicas para trabajar con alimentos.
3. Tener a los empleados afiliados a las respectivas empresas de cesantías, ARPS y demás empresas que el estado colombiano exige.
4. Colaborar a la solución de problemas que se presenten en el restaurante siendo imparcial y generador de buenas costumbres para ello.
5. Proporcionarle animo a los respectivos empleados sabiendo sus cualidades y reconociéndolas, generando asensos a nivel interno del restaurante cada que sea necesario.
6. Reconocer públicamente al mesero y al cocinero del mes.
7. Realizar mensualmente una reunión con los estamentos importantes del restaurante para elegir en conjunto al mesero y cocinero del mes y discutir temas de interés general del restaurante.
8. Entregarles a los empleados la dotación necesaria en el tiempo que establece la ley.

9.4.2 Deberes de los empleados

1. Portar el uniforme adecuado para cada día y en las condiciones óptimas de empleo.
2. Llegar a la hora asignada.
3. Cumplir con las tareas asignadas al cargo a ejercer.

4. Recibir de forma adecuada las sugerencias realizadas por clientes o personal que ejerce un cargo mayor.
5. Respetar las diferencias que existan entre trabajadores en términos ideológicos.
6. No faltarle al respeto a ningún compañero.
7. Cumplir con las normas de seguridad e higiene que se debe tener para la manipulación de alimentos.
8. Realizar la encuesta para medir el clima organizacional que se realiza mensualmente.
9. Tener claro el organigrama del restaurante y así mismo no faltarle al respeto a los respectivos jefes.
10. Cumplir con los deberes asignados en el contrato laboral entre los que se encuentran el horario laboral que va; de lunes a viernes de 7a.m – 10p.m y para los viernes, sábado, domingo y festivos se establecerán dos turnos uno de 7:30 a.m. – 3:30 a.m. y el otro de 3:30 p.m. – 10:30 p.m.

9.5 Sanciones:

Al faltar a alguna de las normas anteriormente mencionadas, se le realizará tres llamados de atención, al no ser acatada la sugerencia se procederá a colocar un memorando, y al completar tres memorandos será necesario la expulsión inmediata del cargo de la persona.

9.5.1 Conducto regular para la solución de inconvenientes:

1. Hablar con la persona con la cual se tuvo el inconveniente
2. En caso del paso anterior no dar resultado hablar con el jefe inmediato de las dos personas
3. En caso de los pasos anteriores no presentar ayuda a la resolución del problema hablar con el siguiente estamento al mando según el organigrama y así sucesivamente teniendo como último estamento a la gerencia del restaurante

Nota: El conducto regular hace referencia únicamente a problemas de carácter laboral; al presentarse problemas personales con alguno de los compañeros estos se deben resolver afuera del restaurante y no se debe involucrar a personas que desempeñen altos rangos en el restaurante.

9.5.2 En caso de querer presentar una carta de renuncia

1. Presentársela al jefe inmediato
2. El jefe inmediato llevara el tema a discusión con sus respectivos jefes
3. Se dará respuesta a través de una carta a más tardar 5 días hábiles después de presentada la carta del retiro voluntario

Nota: Si se ve necesario el (la) gerente del restaurante hablará con el empleado.

9.6 Proceso de Selección:

Nuestro proceso de selección contará con 14 pasos los cuales mencionaremos a continuación con sus respectivas especificaciones.

1. Puesto vacante.
2. Requisición.
3. Análisis de puesto.
4. Inventario de RR.HH.
5. Reclutamiento (Interno o externo).
6. Solicitud de empleo
7. Entrevista.
8. Informe de entrevista.
9. Pruebas psicotécnicas.
10. Pruebas técnicas.
11. Examen médico.
12. Estudio socio económico.
13. Contratación
14. Control del proceso de selección.

- La requisición de personal será realizada por el jefe inmediato que solicita el puesto, posteriormente, es enviado al encargado del proceso de selección.
- El reclutamiento externo se realizará solo para cargos de nivel intermedio y administrativo. El reclutamiento interno se realizará por la bolsa de trabajo interno, por amigos, por parientes, entre otros.
- La hoja de vida se debe enviar en original, con datos veraces y con una fotografía reciente. Se deberá regir por la Norma Técnica Colombiana NTC 4228.
- El informe de entrevista va a contener la apariencia personal, las condiciones físicas, el deseo que presenta y una autoevaluación del empleador.
- Las pruebas serán calificadas en pruebas de inteligencia, aptitudes, personalidad y proyectivas, las cuales serán distribuidas para ciertos tipos de cargo. Las pruebas serán la prueba de Wartegg, DAT-5, 16PF y el test IC, todas serán realizadas por un especialista, en este caso, un psicólogo.

9.6.1 Formato de entrevista

1. ¿Por qué dejó su último trabajo?
2. ¿Qué experiencia tiene usted en este campo?
3. ¿Qué ha hecho para mejorar su conocimiento en el último año?
4. ¿Está aplicando para otros puestos de trabajo?

5. ¿Sabe de alguien que trabaja para nosotros?
6. ¿Cuánto dinero o salario espera recibir?
7. ¿Considera que puede trabajar en equipo?
8. ¿Cuánto tiempo espera quedarse trabajando para nosotros si es contratado?
9. ¿Cuáles considera que son sus fortalezas y debilidades?
10. ¿Qué piensa que puede aportar a nuestro restaurante?
11. ¿Cuál cree que es su punto más fuerte?
12. ¿Considera que trabaja bien bajo presión?
13. ¿Qué aprendió de los errores que cometió en sus trabajos anteriores?
14. ¿Qué es más importante para usted; el trabajo o el dinero?
15. ¿Le gustaría saber algo más acerca de nosotros?

9.7 Tipos de Contrato

Ilustración 6. *Tipos de Contrato a Realizar*

Cargo	Tipo de contrato
Administrador	Indefinido
Chef	Fijo (un año)
Salsero	Fijo (un año)
Garde manger	Fijo (un año)
Parrillero	Fijo (un año)
Contador	De obra o labor
Cajero	Fijo (un año)
Meseros	Fijo (un año)
Busboy	Fijo (un año)
Bodeguero	Fijo (un año)
Entremetier	Fijo (un año)
Repostero	Fijo (un año)
Steward	Fijo (un año)
Aseador	Fijo (un año)

La ilustración muestra los tipos de contrato que se tendrían para los distintos cargos que tendría la organización.

Fuente: realización autónoma con conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera.

- El personal de manejo y confianza será el administrador, el chef y el capitán de meseros.

10. Gastos de Inicio y Capitalización

Al inicio para la adecuación del lugar y el aseguramiento de cumplir con las medidas legales que exige el inicio de un negocio como estos es necesario contar con una inversión inicial de treinta y un millones los cuales contemplan el arriendo del primer mes, la adecuación de cocina, compra de mesas, sillas, electrodomésticos necesarios, demás implementos necesarios para el buen funcionamiento del lugar, a su vez es necesario contar con cinco millones

reservados a los primeros inventarios y primeros implementos estrictamente necesarios para el funcionamiento del lugar como servilletas y cubiertos para un total de treinta y seis millones.

11. Plan Financiero

A nivel financiero se debe tener en cuenta la alta cantidad de inversión que es necesaria para cumplir con los requerimientos necesarios para su funcionamiento y adecuación, la compra de los implementos requeridos para lo mismo se tiene pensado adquirir un préstamo de máximo el 50% en una entidad financiera.

Teniendo en cuenta los dos cálculos de ventas (favorable y desfavorable) expuestos anteriormente, si se tiene en cuenta los datos de las expectativas de ventas favorable se tienen por medio de los cinco indicadores financieros se tienen los siguientes datos el cálculo del valor presente neto o VPN se tiene que la compañía incrementará su valor en 4.150.867 pesos aproximadamente, teniendo en cuenta el indicador de beneficio costo el proyecto es viable ya que por cada peso que cuesta se reciben aproximadamente 29 centavos. Adicionalmente se tendría en un periodo de 5 años un retorno de la inversión del 62% efectivo anual, lo cual a nivel mensual es un 4,10%.

En este sentido y teniendo en cuenta que los primeros años en que la empresa está en funcionamiento sus ventas no serán lo ideal se tiene un periodo de recuperación de la inversión en 3 años, 10 meses y 7 días para más detalles observar los anexos G y H referentes a los indicadores financieros del proyecto.

Con los datos del pronóstico desfavorable se obtienen los siguientes resultados, el VPN es negativo por aproximadamente ochenta y cuatro millones de pesos aproximadamente, esto refleja que al disminuir en trecientas las unidades vendidas no sería un resultado favorable para la compañía ya que no da los rendimientos esperados, sin embargo el tiempo de recuperación de la inversión es similar al obtenido por el pronóstico de ventas favorable siendo en este caso de tres años con cuatro meses y diecisiete días.

Ilustración 7.
Estado de Resultados

AÑO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ -	\$ 224.400.000,00	\$ 404.760.600,00	\$ 596.261.256,90	\$ 799.424.831,48	\$ 1.014.796.071,03
COSTOS OPERACIONALES		\$ 488.359.032,00	\$ 503.742.341,51	\$ 519.610.225,27	\$ 535.977.947,36	\$ 552.861.252,70
UTILIDAD BRUTA		-\$ 263.959.032,00	-\$ 98.981.741,51	-\$ 76.651.031,63	-\$ 263.446.884,12	-\$ 461.934.818,32
GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.000.000,00	\$ 1.031.500,00	\$ 1.063.992,25	\$ 1.097.508,01	\$ 1.132.079,51
UTILIDAD EN OPERACIÓN		-\$ 264.959.032,00	-\$ 100.013.241,51	-\$ 75.587.039,38	-\$ 262.349.376,11	-\$ 460.802.738,81
OTROS INGRESOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
OTROS GASTOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		-\$ 264.959.032,00	-\$ 100.013.241,51	-\$ 75.587.039,38	-\$ 262.349.376,11	-\$ 460.802.738,81
IMPUESTOS		-\$ 50.342.216,08	-\$ 19.002.515,89	\$ 14.361.537,48	\$ 49.846.381,46	\$ 87.552.520,37
UTILIDAD NETA		-\$ 214.616.815,92	-\$ 81.010.725,62	\$ 61.225.501,90	\$ 212.502.994,65	\$ 373.250.218,44
ABONO A CAPITAL	\$ 5.040.134,67	\$ 4.643.589,04	\$ 4.247.043,41	\$ 3.850.497,79	\$ 3.453.952,16	\$ 3.453.952,16
DEPRECIACIÓN	\$ 4.281.666,67	\$ 4.281.666,67	\$ 4.281.666,67	\$ 4.281.666,67	\$ 4.281.666,67	\$ 4.281.666,67
FLUJO OPERACIONAL		-\$ 215.375.283,92	-\$ 81.372.647,99	\$ 61.260.125,16	\$ 212.934.163,53	\$ 374.077.932,95
INVERSION FIJA	\$ 15.287.032,66					
INVERSIÓN CAP. TRABAJO	\$ 14.366.586,00	\$ 15.228.581,16	\$ 16.142.296,03	\$ 17.110.833,79	\$ 18.137.483,82	\$ 19.225.732,85
PRESTAMO	\$ 15.287.032,66					
INVERSIÓN NETA	-\$ 14.366.586,00	-\$ 15.228.581,16	-\$ 16.142.296,03	-\$ 17.110.833,79	-\$ 18.137.483,82	-\$ 19.225.732,85
RECUPERACIÓN ACTIVO FIJO						\$ 7.346.666,67
RECUPERACIÓN CAPITAL TRAB.						\$ 20.379.276,82
DEUDA						\$ -
VALOR CONTINUIDAD						\$ 48.517.907,90
VALOR RESIDUAL						\$ 76.243.851,39

El grafico muestra el estado de resultados teniendo en cuenta un escenario desfavorable para la empresa, donde los niveles de ventas son menores a los esperados.

Fuente: realización autónoma con conocimientos adquiridos y cotizaciones realizadas.

Ilustración 8. Balance General Proyectado

ACTIVO		PASIVO	
Activo corriente		PASIVO	
Caja y bancos	\$ 15.000.000,00	Pasivo corriente	
Clientes	\$ -	Proveedores	\$ -
Otras cuentas por cobrar	\$ -	Bancos	\$ 15.000.000
Inventarios	\$ 3.000.000,00	Empleados	\$ -
Gastos pagados por anticipado	\$ -	Estado	\$ -
Total activo corriente	\$ 18.000.000,00	Total pasivo corriente	\$ 15.000.000
Activo no corriente		Pasivo no corriente	\$ -
Activo fijo	\$ 10.000.000,00	TOTAL PASIVO	\$ 15.000.000
Depreciación	\$ 2.000.000,00		
Activo fijo neto	\$ -	PATRIMONIO	
Total activo no corriente	\$ 12.000.000,00	Capital	\$ 15.000.000
		Utilidades acumuladas	\$ -
		TOTAL PATRIMONIO	\$ 15.000.000
TOTAL ACTIVO	\$ 30.000.000,00	TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	\$ 30.000.000

El grafico muestra el balance general que tendría en su inicio la empresa, el cual se espera con el tiempo y la operación varíe a lo largo del tiempo.

Fuente: realización autónoma con conocimientos adquiridos y cotizaciones realizadas.

12. Riesgos y Supuestos críticos

Como organización Boré se vería en riesgo si la respuesta del público no es como se espera y esta es menor, como se habló en la parte financiera este sería el aspecto más afectado y por ende volvería al proyecto un proyecto inviable, sin embargo, se implementarían estrategias de comunicación más fuertes para llegarle a los clientes de una mejor forma.

En caso de contar con poca mano de obra la empresa también se vería afectada ya que sería un poco complejo lograr que la empresa fluya y pueda tener un potencial de crecimiento amplio, y se pueda brindar un buen servicio acorde con los estándares esperados por los clientes y las personas que tienen algún tipo de interacción con la empresa.

El presentarse algún tipo de bloqueo en las vías que dan acceso a la ciudad afectaría negativamente la consecución de materia prima y con esta el funcionamiento y elaboración de los productos allí ofrecidos.

Sin embargo, Boré quiere llegar a ser mucho más que un lugar exclusivo y desea velando por el bienestar de la comunidad que se creen nuevos grupos de amigos y estos de forma autónoma busquen la forma de interrelacionarse y hacer diferentes actividades en este tipo de eventos desafortunados.

13. Beneficios a la Comunidad

La empresa, aunque se basa en la producción con intereses privados, busca generar un cambio de concepto en la sociedad colombiana desde el momento de hablar de Dios hasta la forma en que es considerada una mujer y los oficios que se han categorizado de responsabilidad para estas; a su vez se estaría contribuyendo en el empleo de aquellos jóvenes estudiantes de teología de instituciones cristianas, para los cuales el conseguir un empleo es algo complejo de realizar, brindándoles la oportunidad de ejercer su profesión en un lugar cotidiano y recibir en este un salario.

Boré como organización tendrá 3 pilares fuertes además del mencionado anteriormente sobre los cuales quiere contribuir a la sociedad y a la humanidad; el primero de estos es a nivel ecológico, donde se procurará la reutilización de artículos por medio de la compra de productos

que han sido desechados, los cuales serán reutilizados en nuestras instalaciones, y la creación de mesas con materiales que puedan ser reutilizados, los desechos orgánicos que en el restaurante se generen serán llevados y vendidos en centros de acopio donde sean transformados y posteriormente usados como abono para las plantas y cultivos de los proveedores principales que tendrá el restaurante.

El segundo pilar que ya fue descrito en su mayoría al inicio de este tema se complementará con la entrega de alimento que quede en buen estado diariamente a hogares de adulto mayor o de niños del ICBF para así disminuir la cantidad de deshecho y contribuir a la disminución del hambre en esta clase de hogares.

Al realizar la compra de los suministros a campesinos se está ayudando a una población que necesita ser remunerada de una forma justa, se colabora de esta forma a su forma de empleo y se pagarían los precios justos para los productos a utilizar.

14. Referencias Bibliográficas:

Asamblea Nacional Constituyente (1991). Artículo 19. Recuperado el 28 de abril de 2018, de Constitución Política de Colombia. Website:

<http://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-1/articulo-19>

Cámara de comercio de Bogotá (2016). Conozca los requisitos para abrir un nuevo negocio de productos alimenticios. Recuperado el 26 de abril del 2019, de Cámara de Comercio de Bogotá. Website: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-Lacteo-de-Bogota-Region/Noticias/2016/Abril/Conozca-los-requisitos-para-abrir-un-nuevo-negocio-de-productos-alimenticios>.

Casas, P (2017). ¿Cómo está la libertad religiosa y de culto en Colombia?. Recuperado el 28 de abril de 2018, de El Espectador. Website:

<https://www.elespectador.com/noticias/nacional/como-esta-la-libertad-religiosa-y-de-culto-en-colombia-articulo-710738>

Muñoz, L (2016). 25 años de la libertad religiosa y de cultos en Colombia. Recuperado el 28 de abril de 2018, de El Espectador. Website:

<https://www.elespectador.com/noticias/politica/25-anos-de-libertad-religiosa-y-de-cultos-colombia-articulo-641366>