

1. JUSTIFICACIÓN Y TERMINOS DE REFERENCIA

1.1. DIAGNOSTICO DEL ENTORNO.

RESEÑA HISTORICA ENGATIVA.

Hay quienes afirman que el nombre original de Engativa era *Ingativa* y que hubo una posterior adaptación a la lengua española. Ingativa quiere decir Cacique Inga , cuya palabra Inga quiere decir " Tierra del sol". Algunos objetos coloniales de plata propiedad de la parroquia tienen grabada la palabra Ingativa. Otra denominación Muisca de la palabra Engativa, Engue - tiva donde Engue significa sabroso, ameno, y Tiva significa Capitán o Señor, así Engue - tiva significa Capitán o Señor de lo ameno o lo sabroso.

Antes de la conquista española, Engativá fue un asentamiento de los indígenas Muisca, habitantes de la Sabana de Bogotá. Fue un pueblo grande de tierras fértiles como los poblados vecinos ubicados al margen del río Bogotá. Sobre ese asentamiento se hizo la fundación española el 22 de Mayo de 1537 y ha sufrido varias metamorfosis a lo largo de su recorrido de varias centurias.

Con el triunfo de la independencia, los Resguardos indígenas creados durante la dominación española, fueron abolidos. En 1.821 se promulgó a primera ley dirigida a su eliminación, y en el 32 y el 34 del mismo siglo, se completó esta legislación. La nueva ley eliminó la propiedad comunitaria de la tierra y permitió que los antiguos Resguardos fueran repartidos en forma individual, otorgando libertad para que cada aborigen administrase su parcela como quisiera. Las consecuencias prácticas de esta revolucionaria legislación fueron desastrosas para la población indígena, ya que muchos políticos, clero y en general gentes pudientes, se abalanzaron sobre ella para adueñarse de sus tierras por medio de sumas ridículas, empeños amañados o pagos exigidos por la realización de trámites. El Resguardo de Engativa fue distribuido junto con los de Bosa, Soacha, Fontibón, Cota y Zipacón entre 1.856 y 1.858. Los indígenas pasaron a ser peones de jornal y muchos fueron lanzados literalmente a la miseria y la mendicidad.

Engativá figura al lado de Bogotá a lo largo de las diferentes reorganizaciones administrativas dispuestas para la capital desde 1.853 haciendo parte siempre de la provincia de Bogotá, en calidad de Distritos

CARACTERÍSTICAS BIOFÍSICAS	
Área	2,920
Área urbana	2,254
Altura	2600
Clima	Frió
Meses lluviosos	abril-junio y octubre-noviembre
Meses secos	diciembre-marzo y julio-septiembre
Temperatura promedio	13,4°C
Precipitación promedio anual	792,8 mm/año

Cuadro 1

Para este reconocimiento se realizó a través de unos factores y variables externas que originan una serie de condiciones ambientales para llevar a cabo este proyecto.

ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO.

Población	Población 1993	609,394
	Porcentaje de la población de Bogotá	11.40%
	hombres	53.30%
	mujeres	46.70%
Barrios	Número total de barrios	292
Estratificación socioeconómica	Estrato 1	
	Estrato 2	11.40%
	Estrato 3	76.20%
	Estrato 4	6.70%
	Estrato 5	5.70%
	Estrato 6	
Necesidades Básicas Insatisfechas	Viviendas	108,341
	Hogares	155,196
	Hogares con Necesidades Básicas Insatisfechas NBI.	9.74%
Servicios públicos comunitarios	Establecimientos públicos de educación básica	285
	Hospitales públicos	3
	Centros médicos públicos	12
Economía local	Establecimientos productivos	19,888
	Establecimientos industriales	13.20%

	Establecimientos comerciales	55.70%
	Establecimientos de servicios	29.00%
	Otras establecimientos	2.10%
	Participación en la economía de la ciudad	n.d.

Cuadro 2

en Bogota se cuenta con todas las clases sociales siendo la mas extensa la clase media y obrera y los mas imperantes en el sector de Engativa, donde se pondría en marcha dicho proyecto,. Esto no significa que solo ellos puedan consumir los productos, por el contrario este proyecto va dirigido a todas las clases sociales sin incluir aspectos como, sexo, edad., educación, ocupación etc.

En el sector de Engativa aunque es de estrato dos , observamos que el 70 % de sus habitantes poseen casa propia y poseen vehículos y algunos su propio negocio.

MEDIO ECONOMICO

Se encuentran sectores económicos como son:

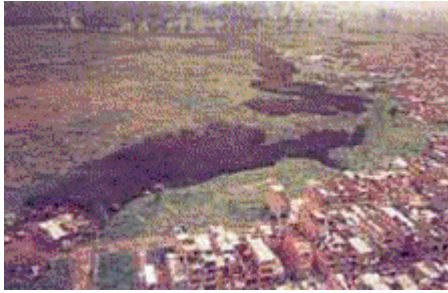
Sector primario: Empresas dedicadas a la explotación de los recursos naturales renovables y no renovables.

Sector secundario. Dedicados a la transformación de materias primas en productos finales.

Sector terciario: empresas de servicios, comercio, finanzas y empresas constructoras.

Este proyecto esta ubicado dentro del sector terciario, siendo el sector mas voluminoso de la ciudad.

Donde también teníamos en cuenta



MEDIO ECOLÓGICO.

Gran parte de los habitantes de la ciudad padece de los efectos de la contaminación ambiental, debido a la concentración de industrias y a la manera como los ciudadanos manejan sus basuras, mezclando las basuras, que se desintegran, en este proyecto se van a tener dos canecas: Una para reciclar y otra con basuras orgánicas. También vemos que este sector cuenta con un clima húmedo, frío, cuenta con todos los servicios públicos.

Problema Central	<ul style="list-style-type: none"> • En la Agenda Ambiental Local se declaró como primera prioridad la recuperación y gestión apropiada del humedal del Jaboque ubicado sobre el sector occidental de la Localidad y aledaño a la primera pista del Aeropuerto. • Otro problema de gran importancia para muchos de los habitantes es la contaminación por el ruido generado por el tráfico aéreo.
Suelos	<ul style="list-style-type: none"> • Asentamiento subnormal en zonas de riesgo por inundación.
Aguas	<ul style="list-style-type: none"> • Contaminación de los humedales de Santa María del Lago y el Jaboque • Deterioro del río Juan Amarillo y la Laguna de Tibabuyes
Aire	<ul style="list-style-type: none"> • Contaminación sonora por el tráfico aéreo • Contaminación por gases debido fuentes móviles • En las zonas comerciales contaminación visual y ruido
Espacio público	<ul style="list-style-type: none"> • En las zonas comerciales es invadido para parquear vehículos y por ventas informales, así como por el comercio establecido.
Malla verde	<ul style="list-style-type: none"> • Hacen parte de la Malla Verde local el Jardín Botánico y una parte del complejo recreativo del Salitre, así como zonas que entidades privadas han dejado como verdes para usos recreativos. • Parque de la Florida

Desechos sólidos	<ul style="list-style-type: none"> • Hay disposición de desechos sólidos en los humedales y ríos de la Localidad
Potenciales ambientales	<ul style="list-style-type: none"> • Elementos importantes de la malla verde del occidente de la ciudad. • Humedales con posibilidades de ser recuperados
Prioridades de la Agenda Ambiental Local 1994	<ul style="list-style-type: none"> • Prioridad 1: Humedal el Jaboque. • Prioridad 2: Contaminación por ruido. • Prioridad 3: Las basuras. • Prioridad 4: Deterioro e invasión del espacio público. • Prioridad 5: Río Juan Amarillo y Laguna de Tibabuyes. • Prioridad 6: Parques, Zonas Verdes y arborización urbana. • Prioridad 7: Humedal de Santa María del Lago • Prioridad 8: Construcción de los Canales Villa Carolina Bolivia y Jaboque

Cuadro 3

En torno a la humedad de Jaboque se generaron dos tipos de barrios o urbanizaciones muy distintas en cuanto a la infraestructura de vivienda, servicios públicos y vías. Algunos sectores se consolidaron mediante procesos de urbanización privada como Villas de Granada y la Perla, otros en cambio, son asentamientos clandestinos, espontáneos e ilegales, como los barrios San José Obrero o Villa Teresita, levantados por autoconstrucción. Sin embargo, algunos de estos últimos han entrado en proceso de legalización y ya cuentan con servicios públicos. Para 1977 el humedal había sufrido grandes modificaciones en su forma, disminuyendo su área en un 20% con respecto al tamaño que tenía en 1956, por efecto de los rellenos ilegales y los asentamientos subnormales. Además, es notorio el incremento de la vegetación flotante, así como la pérdida de buena parte del espejo de agua.

En la década de los ochenta la situación empeoró, pues desapareció bajo las invasiones y los noventa el proceso de invasión se aceleró, deteriorando aún más a ecosistema, pues no sólo se redujo en forma alarmante el área del

humedal, sino que todas las aguas servidas y las basuras de los barrios e industrias que lo rodearon casi por todos los costados, se vertían y aún se vierten, al cuerpo de agua, lo que alteró y deterioró la forma drástica la biodiversidad y las funciones ecológicas del ecosistema.

Adicionalmente, se constituyeron pequeños jarillones, obras que al parecer fueron ejecutadas para canalizar las aguas residuales vertidas por los barrios localizados sobre el sector nororiental.

En 1991 Las rondas del humedal de Jaboque se encontraban totalmente urbanizadas, por tres de sus costados, pues el afán de la población por tener un lugar para construir su vivienda aceleró el proceso de relleno e invasión de grandes zonas del ecosistema. Tan solo en un sector se continuaron realizando actividades agropecuarias, a pesar de su cercanía con las zonas urbanizadas.

Para 1994 el alto grado de urbanización ocasionó el embotellamiento del cause normal del cuerpo de agua, creando corrientes rectas que aumentaron la velocidad de evacuación del líquido.

Las aguas encausadas a través de los brazos superiores, presentaban un alto aporte de carga orgánica y basuras por el vertimiento directo de aguas residuales e industriales a estos canales, lo que incrementó la vegetación flotante (Buchón de agua y otras) que se arraigó formando densos colchones dentro de las áreas libres del humedal. Proceso que dio como resultado el desequilibrio entre el área cubierta por el espejo de agua y el área cubierta por vegetación lacustre.

a situación actual de este ecosistema no es nada positiva, todo lo contrario, teniendo en cuenta que ha sido sometida a rellenos y construcciones ilegales que le han arrebatado gran parte de su área original, o que recibe continuamente el vertimiento de aguas residuales e industriales sin ningún tipo de tratamiento, que contaminan y alteran su estabilidad ecológica.

Hoy día la rata anual de sedimentación se acerca al 15% con respecto al área total del cuerpo del humedal, y el espejo de agua desapareció, razones por las que gran parte de la flora y la fauna propias del ecosistema, que pese a las difíciles condiciones aún se mantienen, se encuentran en grave riesgo. Y esta situación se puede agravar si no se toman las medidas correctivas y de prevención situación actual de este ecosistema no es nada positiva, todo lo contrario, teniendo en cuenta que ha sido sometida a rellenos y construcciones ilegales que le han arrebatado gran parte de su área original, o que recibe continuamente el vertimiento de aguas residuales e industriales sin ningún tipo de tratamiento, que contaminan y alteran su estabilidad ecológica.

Hoy día la rata anual de sedimentación se acerca al 15% con respecto al área total del cuerpo del humedal, y el espejo de agua desapareció, razones por las que gran parte de la flora y la fauna propias del ecosistema, que pese a las difíciles condiciones aún se mantienen, se encuentran en grave riesgo. Y esta situación se puede agravar si no se toman las medidas correctivas y de prevención adecuadas.

Jaboque se han desarrollado proyectos y acciones para la recuperación del ecosistema por parte de las entidades competentes, como los "procesos de restitución de terrenos ocupados por particulares siendo bienes de uso público" adelantados por la Alcaldía Local en 1994, pero la carencia de conciencia ciudadana de quienes habitan en torno al humedal, y el afán de lucro de los urbanizadores piratas son los factores más críticos y negativos para el ecosistema.

Gran parte de los habitantes de la ciudad padece de los efectos de la contaminación ambiental, debido a la concentración de industrias y a la manera como los ciudadanos manejan sus basuras, mezclando las basuras, que se desintegran, en este proyecto se van a tener dos canecas con basuras reciclando. También vemos que este sector cuenta con un clima húmedo, frío, cuenta con todos los servicios públicos.

El área adyacente al humedal de Jaboque cuenta con vías de acceso, tales como la que conduce a Engativa, la calle 80 y la carrera 96 entre otras. En algunos casos, las vías fueron construidas por la misma comunidad, como es el caso de la carrera 112, que fue construida para comunicar los barrios localizados sobre los costados norte y sur del área del humedal, causando el fraccionamiento del mismo (HGA/DAMA,1999).

En los barrios ubicados en el área de influencia del humedal Jaboque se encuentran centros educativos de primaria y secundaria; sin embargo, presentan un déficit considerable, porque el número de establecimientos no es suficiente para la población en edad escolar. Alrededor del humedal se encuentran los barrios Villas de Granada, Centauros, El Trébol, los Angeles, Alamos, Engativá, las Mercedes, Puerto Amor, la Riviera, San José Obrero, Teresita, Villa Constanza, Granjas el Dorado, Villa Gladys, San Antonio, Villa el Dorado y el Muelle que pertenecen a los estratos 2 y 3. Los servicios públicos se prestan de forma deficiente.

ANÁLISIS DEL ENTORNO

DIAGNOSTICO DEL ENTORNO

El buen diagnostico permite reconocer aquellas situaciones problema que podemos utilizar como fuentes para ideas empresariales.

- ❖ En la localidad de Engativa existen necesidades no satisfechas o regularmente satisfechas a las cuales responderemos con un nuevo establecimiento innovador y con un eficaz servicio y calidad.
- ❖ El nivel social que podemos analizar es medio y que se dedican a comercializar por medio de sus negocios, fabricas y establecimientos educativos, donde se han venido culturizando por sus trabajos y actividades a consumir este tipo de alimento (hamburguesa) y en establecimientos donde se preste este servicio.
- ❖ Los consumidores de esta localidad, incrementan sus gastos al desplazarse a otro sitio a adquirir el servicio, por la existencia de un solo establecimiento de hamburguesas.

- ❖ La competencia en cuanto a negocios que venden productos de esta línea podría decirse que no la hay, ya que por el mal servicio y pésima higiene del único establecimiento que existe no es concurrido.
- ❖ Un punto a favor de este proyecto es la nueva vía José Celestino Mutis, el acercamiento a la entrada a Catam.

CAUSAS QUE ORIGINAN ESTOS SINTOMAS.

- ❖ El único establecimiento que existe no está cumpliendo con los requerimientos del cliente, por lo cual podemos ver que no existe conocimiento de calidad mucho menos de servicio.
- ❖ A pesar de que esta localidad en donde se va a desarrollar dicho proyecto es de bajo estrato, las personas allí tienen gran inclinación por este tipo de productos por lo cual necesitan de una alternativa más que satisfaga de acuerdo a las necesidades del cliente.
- ❖ Los habitantes de esta localidad se desplazan a otro sitio a adquirir dicho servicio, ya que el único establecimiento que existe en esta localidad, no cumple con las expectativas de los clientes.

PRONOSTICO DE LA SITUACIÓN FUTURA

- ❖ Con el crecimiento de la población y sitios comerciales por la nueva avenida y la pavimentación de las calles, se espera incrementar las ventas y tener clientes fieles a nuestro servicio y más aun con nuestros cómodos precios, calidad y servicio.
- ❖ También será de gran beneficio en cuanto a la organización como financiero la introducción de servicio a domicilio, lo cual nos servirá para lograr un posicionamiento y capturar nuevo mercado.

CONTROL AL PRONOSTICO

Como se va a lograr

- ❖ Por medio de una buena investigación de mercado, buscando obtener datos e información para conocer al consumidor, la oferta y la demanda del producto a ofrecer.

- ❖ Se valora la estrategia de servicio que estará encaminada al mejoramiento continuo en la calidad del servicio que es una de las más efectivas para lograr la diferencia en el mercado y así mantenerse y sobresalir en la competencia alcanzado el éxito.

DEFINICIÓN DE LA IDEA

INSTALAR UN ESTABLECIMIENTO DE HAMBURGUESAS, OFRECIENDO DE TAL FORMA, OTRA ALTERNATIVA A LOS HABITANTES DEL SECTOR DE ENGATIVA DE ALIMENTACION NUTRITIVA Y DE FCAIL CONSUMO.

1.2. PROBLEMA

PROBLEMA CENTRAL OBJETO DE LA INVESTIGACIÓN

El problema central que ataca nuestro proyecto es la falta de alternativas para que los estudiantes, comerciantes y empleados puedan adquirir; variedad de hamburguesas económicas, de excelente calidad y servicio.

❖ PROBLEMA PRINCIPAL

Que factibilidad hay de instalar un establecimiento de hamburguesas y cuantas Personas estarían dispuestas a consumir estos productos en el sector de Engativa.

❖ PROBLEMAS SECUNDARIOS.

<p>*Como defino las características del bien y del servicio en el establecimiento de venta de hamburguesas.</p> <p>*Como clasifico el consumidor potencial de hamburguesas.</p> <p>*Como determinaría los precios a los cuales los consumidores estarían dispuestos a adquirir el producto.</p> <p>*Como estimaría el comportamiento futuro de la demanda y la oferta de hamburguesas.</p> <p>*Como establecer la cantidad de hamburguesas provenientes de la empresa en proyecto que la comunidad de Engativa estaría dispuesta a adquirir.</p>
--

Cuadro 4

1.3.JUSTIFICACIÓN

Como una necesidad primordial este proyecto conlleva a dar una solución inmediata a un problema que cada día trae consigo una población desempleada.

Especialmente por la descentralización y privatización de las empresas por parte del gobierno para disminuir el gasto publico.

Uno de los problemas actualmente en el sector de estudio del proyecto siento este a nuestro favor; que no hay un establecimiento con las características, servicio y productos que se piensa a ofrecer con este proyecto. , Donde se espera ofrecer productos de excelente calidad, higiene y nutritivos, donde nuestros clientes serán primordiales para el negocio. Donde en un futuro se espera tener un beneficio mutuo tanto para el consumidor como para la empresa.

Los estudio de mercado que se han realizado nos damos cuenta que hay un gran mercado insatisfecho para explotar en cuanto a este tipo de productos se trata.

1.4 REFERENTES CONCEPTUALES

1.5 EVOLUCION HISTORICA

HISTORIA DE LA HAMBURGUESA

La hamburguesa, símbolo por excelencia de las comidas rápidas, tiene origen alemán y centro Europeo. Se llamaba inicialmente fricadelle y tomó su nombre del puerto de Hamburgo donde se servía en restaurantes populares. Semánticamente significa jamón de carnicero, es decir crudo y sin preparación. Otros historiadores aseguran que la raíz HAM nombra residuos demasiado grasosos que no se integraban durante el presado con el que se fabrican los jamones ordinarios y que se vendían en las chacurterías y la población de bajos recursos.

La hamburguesa como hoy es conocida, tiene una edad de 49 años, se dice que nació en 1956 y hoy se consume en el 95% de los países del mundo convirtiéndose en un símbolo de la cultura norteamericana no porque sea una comida americana, sino una manera de alimentarse al americano. Los restaurantes de comidas rápidas aparecieron en los Estados Unidos y en la Inglaterra, como centros de reunión fundamentalmente de gente joven copiado en su decorado y estilo, la funcionalidad y la frescura de los ambientes en los que se divierten los jóvenes.

Los nuevos escenarios atrajeron a los estudiantes, trabajadores o empleados que no tienen tiempo para almorzar de la manera tradicional.

1.5.OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES..

- ❖ Establecer la viabilidad y factibilidad que hay de instalar un establecimiento de venta de hamburguesas y cuantos habitantes estarían dispuestos a adquirir dicho producto en el sector de Engativa.
- ❖ Obtener el título de tecnólogos en administración.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ❖ Definir las características del bien y del servicio en el establecimiento de venta de hamburguesas.
- ❖ Clasificar al usuario o consumidor potencial de hamburguesa.

- ❖ Determinar los precios a los cuales los consumidores estarían dispuestos a adquirir el producto.
- ❖ Estimar el comportamiento futuro de la demanda y oferta de alimentos como la hamburguesa.
- ❖ Investigar por que no hay otro establecimiento de este tipo de alimentos.
- ❖ Determinar la cantidad de hamburguesa proveniente de la empresa en proyecto que la comunidad esta dispuesta a adquirir.

1.6. PROCEDIMIENTOS METODOLOGICOS

1.6.1 FUENTES DE INFORMACION

- ❖ Cinco establecimientos de comidas rápidas del sector de Fontibon, barrio aldeaño a Engativa.
- ❖ DANE. Donde tomamos como referencia del CIIU las ventas de las carnes preparada congelada, no embutida no envasada.
- ❖ Cámara de Comercio, donde nos informaron que habían matriculados 5806 establecimientos de comidas rapidas,pero renovados al 5 de abril solo hay 725 renovadas registradas.
- ❖ OBSERVATORIO SOCIAL DE LA ALCALDÍA DE ENGATIVA

1.6.1. 1. FUENTES SECUNDARIAS.

Acudimos a la alcaldía de Engativa, el conservatorio social, cámara de comercio, DANE e Internet.

1.6.1.2. FUENTES PRIMARIAS.

La encuesta con clientes potenciales será nuestro principal instrumento para la recolección de la información necesaria para llevar a cabo el proyecto. Esta encuesta estará dirigida a: estudiantes, comerciantes y empleados, para tener en cuenta a que mercado nos dirigimos, pues este producto estará dirigido a todo aquel que lo desee consumir.

Hamburguesa.

PLANIFICACIÓN DE METODOS,FUENTES Y DATOS.

METODOS	FUENTES	DATOS
OBSERVACION	COMPETENCIA	ANALIZAR LA ATENCIÓN PARA CON EL CLIENTE. VER QUE PRODUCTOS ROTAN MAS ANALIZAR DEMANDA, OFERTA Y PRECIOS.
OBSERVACION	CONSUMIDOR	DETERMINAR LA DEMANDA DE HAMBURGUESAS EN EL SECTOR DE ENGATIVA.
ENCUESTA OPINIÓN PERSONAL	CONSUMIIDOR	*CONOCER LOS HABITOS Y NECESIDADES EN CUANTO A L A ALIMENTACIÓN. *QUE CANTIDAD CONSUMIRAN EL CLIPRODUCTO. *CONOCER LA OPINIÓN DEL CONSUMIDOR ACERCA DE LA INSTALACIÓN DE UN ESTABLECIMIENTO DE VENTA DE HAMBURGUESA EN EL SECTOR DE ENGATIVA. *DETERMINAR EL SEGMENTO DE MERCADO A QUE PERTENECE EL ENCUESTADO.
OBSERVACION	CONSUMIDOR	ANALIZAR LOS SITIOS QUE FRECUENTAN PARA ALIMENTARSEN.
Cuadro 5		

1.6.1.3. DETERMINACION DE LA MUESTRA.

En la determinación de la muestra según los datos y la información tenemos, la población, son los habitantes del sector de Engativa. Los cuales presentan ciertas características homogéneas, objeto de la investigación. Como el universo o población es muy amplio la muestra nos resulta muy costoso, tomaríamos una muestra representada por los diferentes empleados de las empresas y negocios aledaños al sitio donde quedaría de la siguiente manera.

$$N = 9 * 50 * 50 = 277$$

9

El tamaño de la muestra con un coeficiente de confianza de 99.7 % la muestra se bajo el procedimiento del muestreo probabilístico simple al azar.

1.6.2 VARIABLES E INSTRUMENTOS.

ESTAMOS REALIZANDO UN ENTREVISTA SOBRE ALIMENTOS, ARADEZCO DE ANTEMANO SU COLABORACIÓN.

1- ¿CUÁL ES SU HORARIO DE TRABAJO?

A-MAÑANA

B-TARDE.

C-MAÑANA Y TARDE

D-OTRO _____

2- LO QUE CONSUME E ALMUERZO

A- LO TRAE DE SU CASA _____

B- LO CONSUME EN UN ESTABLECIMIENTO DEL SECTOR. _____

C- SE LO LLEVA A SU TRABAJO _____

D- QUE TIPO DE ALIMENTO LE GUSTARIA ENCONTRAR EN EL SECTOR.

3-EN CASO DE QUE HAYA CONTESTADO A LAS PREGUNTAS ANTERIORES B Y C.
ESTAN SATISFECHOS CON LA COMIDA QUE COMPRAN?

A – SÍ

B- NO

C- OTRO CUAL _____

4-SI TUVIERA QUE ELEGIR.

QUE TIPO DE COMIDA PREFERIRA.?

A- SOPA_____

B- COMODA CON CARNE_____

C- COMIDA VEGERTARIAN

D-MEZCLA DE B Y C.

E- POSTRE

F-GASEOSA

G-JUGO

H- CAFÉ

I- OTROS CUALES

5- QUE DISTANCIA ESTA DISPUESTO A CAMINAR PARA IR ALAMORZAR ?

A- MENOS DE CINCO CUADRAS_____

B- ENTRE 5 Y 10 CUADRAS_____

C- OTROS _____

6- LE SGUSTARIA QUE EL LOCAL TENGA.

A- AIRE ACONDICIONADO_____

B- DIARIOS REVISTAS_____

C- T.V._____

D- MUSICA_____

E- OTROS_____

7- CON RESPECTO A LA ATENCION RECIBIDA EN EL LOCAL DONDE ALMUERZA, ELIJA TRES
FACTORES MAS IMPORTANTES.

A- BUENA ATENCIÓN-_____

- B- HIGIENE_____ -
- C- RAPIDEZ _____
- D- Economía_____

8DE QUE MANERA LE GUSTA PAGAR.

- A- DE CONTADO
- B- SEMANALMENTE
- C- MENSUALMENTE
- D- DESCUENTO POR ASOCIACIÓN DEL EMPLEADO
- E- CON TARJETA

9- SU EMPRESA LE PAGA PARTE DEL ALMUERZO

A-SI___

B-_____

10- QUE PRECIO PAGA NORMALMENTE POR SU ALMUERZO O ALIMENTACIÓN DIARIA?

- A- MENOS DE \$ 2000
- B- ENTRE \$2000 Y \$ 3000
- C- OTRO_____

PRUEBA DEL CUESTIONARIO

Para verificar el cuestionario comparamos con los objetivos propuestos al iniciar el proyecto y nos ofrece todos los datos y la precisa para solucionar el problema objeto de la investigación.

ERROR DE MUESTREO

Formula utilizada para calcular el margen de error.

$$E = 9 * \frac{p*q}{N}$$

N

$$E = 9 * \frac{50*50}{277} = 81.2$$

277

Cuadro 6

ANÁLISIS DE AL INFORMACIÓN.

SEGÚN LAS ENCUESTAS QUE SE REALIZARON A EMPLEADOS Y ALGUNOS ESTUDIANTES SE OBTUVO LAS SIGUIENTES CONCLUSIONES.

EL 80% TRABAJAN MAÑANA Y TARDE.

EL 90 % LO CONSUMEN EN UN ESTABLECIMIENTO

EL 70 % NO ESTA SATISFECHO CON LA COMIDA QUE COMPRAN

EL 40 % ALMUERZAN EN SU OFICINA

EL 50 % SALIR AFUERA

EL 90% ELIGE CONSUMIR CARNE Y ALGO LIGERO

EL 70% PREFERE CAMINAR MENOS DE CINCO CUADRAS

EL 80 % LE GUSTARIA QUE HUBIERA T.V. Y MUSICA.

EL 90% ELIGE BUENA ATENCIÓN E HIGIENE Y RAPIDEZ

EL 100 % PAGA DE CONTADO

EL 100% NO RECIBE AYUDA POR PARTE DE AL EMPRESA PARA EL ALMUERZO

1.7. ALCANCES DEL PROYECTO.

Con este proyecto se busca dar otra alternativa de alimentación (hamburguesa) en el sector de Engativa, cumpliendo con un excelente servicio, calidad de producto y precios justos. Con lo cual se espera satisfacer en parte las necesidades insatisfechas en cuanto alimentación, y más aun cuando no se cuenta con competencia en esta línea de alimentos y de acuerdo con las encuestas realizadas en el sector el 80 % están de acuerdo con este tipo de productos.

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1 DESCRIPCION Y CARACTERIZACION DEL PRODUCTO.

2.1.1 Definición del producto

El negocio esta definido como un establecimiento comercial el cual ofrece los productos descritos a continuación según la demanda se encuentran clasificados en:

Hamburguesas sencilla. Carne(res) para hamburguesa de 100 grs, pan para hamburguesa(mogolla con ajonjolí) salsas al gusto, lechuga, tomate y cebolla.

Hamburguesa mini. Carne (res) para hamburguesa de 80 grs, pan para hamburguesa (mogolla con ajonjolí), tomate, lechuga y salsas.

Hamburguesa especial. Carnes (pollo) para hamburguesa de 100 grs, queso tajado, pan para hamburguesa (mogolla con ajonjolí grande), tomate, lechuga y salsas.

Hamburguesa mini especial. Carne (pollo) para hamburguesa de 80 grs, queso tajado, pan para hamburguesa (mogolla con ajonjolí pequeña), tomate, lechuga, cebolla, y salsas al gusto.

Hamburguesa mixta. Con dos carnes de pollo y res, ensalada y lo demás iría de acuerdo al gusto del cliente como adicional.

ADICIONALES.

Tocineta, champiñón, mortadela, queso, jamón y papa a la francesa.

Bebidas: como gaseosas y jugos.

Este producto es comprado por el precio y por el consumo frecuente por lo tanto la estrategia a implementar es la de

“Bien de convivencia “ teniendo en cuenta calidad, frescura, cercanía del producto al cliente, excelente servicio y a precios justos lo cual lo hace diferente a la competencia.

2.1.2 Marca:

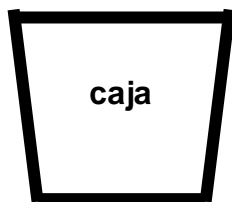
En este caso el producto no tendrá marca pero el establecimiento se llamara "DADY HAMBURGER" el cual surge de DADY por las iniciales de dos nombres Daniel y Diego y HAMBURGER porque al escucharlo trae a la mente hamburguesa.

Anexo logotipo, A

2.1.3 Empaque

Se diseñara un empaque de acuerdo al tamaño de cada HAMBURGUESA teniendo en cuenta si es para llevar o consumir en el establecimiento.

CAJA HAMBURGUESA



2.1.4 Etiqueta

En nuestro proyecto la etiqueta podría ser la carta que se le da a conocer al cliente para que realice su pedido; donde se nombra cada producto con sus diferentes componentes los cuales se consumen de inmediato y los adicionales. Con valor nutricional alto y excelente calidad.

DADY HAMBURGER

Hamburguesa sencilla	\$ 2500
Hamburguesa especial	\$ 3000
Hamburguesa mini.....	\$ 2200
Hamburguesa mini especial.....	\$ 2500
Hamburguesa mixta.....	\$ 3200

Con un precio promedio de \$ 2800.

ADICIONALES:

Tocineta.....	\$ 1000
Champiñón.....	\$ 900
Mortadela.....	\$800
Queso.....	\$500
Jamón.....	\$ 600
Papa a la francesa.....	\$1100

Precio promedio **\$ 800**

Bebidas.... \$1000. Promedio

ANEXO B CARTA.

2.1.5. Línea:

La hamburguesa pertenece a la línea de comidas rápidas, en el entorno existen alimentos sustitutos como perros calientes, arepas rellenas, pollo asado y almuerzos caseros.

Pero con nuestro producto de excelente calidad, alto valor nutricional, higiene y bajo precio, podremos captar mas mercado.

Producto	componentes
Hamburguesa	Carne para hamburguesa de pollo o res. Champiñón, tocineta, mortadela y jamón. Verdura: tomate, cebolla cabezona y lechuga. Queso Mortadela Salsas.tartara, chimichurri,escandinava,milislas.rosada

Cuadro 7

2.1.6. Servicio:

Se ofrecen productos de excelente calidad ya que se elaboran bajo normas higiénicas como: El personal debe mantener cubierto el cabello con un gorro, el uniforme de trabajo totalmente limpio, uñas cortas, no poseer: r anillos relojes aretes, al manipular los alimentos tener manos limpias y cubiertas por medio de guantes los cuales serán utilizados exclusiva mente para tal fin.

- Los precios que se ofrecen serán por debajo de la competencia.
- Los productos estarán a disposición para el consumo en el establecimiento y a domicilio.
- Estaremos al tanto de conocer la opinión del cliente acerca de nuestros productos y servicio por medio del buzón de sugerencias y pequeñas encuestas en el momento de la compra.

2.1.7. Posicionamiento:

*Esperamos que los clientes conozcan nuestro establecimiento productos y servicio; mediante volantes que se distribuirán en el sector para dar a conocer el negocio.

*Nuestro establecimiento será el líder y de preferencia en cuanto a los productos con respecto a la competencia; por medio del servicio y los precios bajos.

*El establecimiento será fácil de lograr al ser el único establecimiento de comidas rápidas en el sector de Engativa Linterama.

2.1.8. CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

2.2. CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR

Nuestro consumidor es individual, cuya compra esta basada en emisiones. Teniendo en cuenta, que los alimentos que se van a ofrecer son apetecidos por todo aquel que los desee consumir y tenga el dinero necesario para comprarlo, por parte del proyecto no hay discriminación alguna para el consumo de los variados productos a ofrecer, pero por la ubicación se espera que sea mas frecuentado por estudiantes, comerciantes y empleados. Cabe resaltar, que entre los establecimientos que allí existen hay establecimientos como discotecas y tabernas, lo cual también ayudar a nuestro negocio.

Lograremos un posicionamiento y reconocimiento de **DADY HAMBURGER** en el mercado aplicando estrategias de precio, producto, distribución y comercialización. Las cuales estarán orientadas hacia el cumplimiento de los objetivos del futuro establecimiento, encaminada siempre en pro de las necesidades deseos y actividades del cliente foco central para decidir y actuar.

2.3. DELIMITACION Y DESCRIPCIÓN DEL MERCADO.

Mercado meta

-Se ubicara en Santa Fe de Bogota en la localidad de Engativa, donde el producto estará dirigido a estudiantes, comerciantes, empleados y todo aquel que lo desee consumir.

El consumidor es individual donde cuya compra esta basada en emociones teniendo en cuenta que los alimentos que se van a ofrecer son apetecidos por todo aquel que los desee consumir y tenga el dinero necesario para comprarlo. Por parte del proyecto no hay discriminación alguna para el consumo de los variados productos a ofrecer pero por la ubicación del establecimiento se espera que sea mas frecuentado por estudiantes, comerciantes y empleados.

Segmentación

La zona geográfica donde funcionara el proyecto será en la ciudad de Bogota que siendo la capital de Colombia, tiene como ventaja que es el principal centro político, geográfico, económico e industrial del país.

El establecimiento del proyecto se puede ubicar especifica mente en la localidad de Engativa estrato dos la cual cuenta con 758.172 habitantes donde se cuenta con 354.716 hombres y 403.456 mujeres.

Donde se contara con el 30 por ciento de los habitantes según la ubicación del establecimiento siendo el nivel de ingresos de los consumidores medio bajo.

Teniendo en cuenta el tipo de servicio que estamos ofreciendo hemos dirigido este hacia un segmento que contara con las siguientes características:

*Población económica mente activa.

- Estrato medio bajo.
- Población entre edades entre 5 y 40 años.
- Empleados de empresas informales existentes en la zona..

2.4. ANÁLISIS DE AL DEMANDA

2.4.1. EVOLUCION HISTORICA DE LA DEMANDA

Estos datos se obtuvieron de, gracias a la ayuda que nos prestaron los dueños de algún establecimiento de comidas rápidas en el sector de Fontibon.

Por ser un producto de primera necesidad alimenticia, que pretendemos que reemplace las cómodas principales que se consumen en casa, se considera su cobertura como socialmente indispensable en todas sus escalas. De igual forma nos apoyamos en las encuestas que se realizaron en el sector donde se llevara a cabo dicho proyecto.

Como podemos ver la evolución histórica de la demanda ha venido evolucionando constante mente en los últimos 6 años en un 5 % anual. GRAFICO 1.

AÑOS	HAMBURGUESA	CARNE CONGELADA PREPARADA NO EMBUTIDA NO ENVASADA.
1997	45756 UNIDADES	6..764.219 KL
1998	46671 UNIDADES	6.805.936 KL
1999	49210 UNIDADES	6.920.555 KL
2000	51580 UNIDADES	7.013.223 KL
2001	54550 UNIDADES	7.041.919 KL
2002	57277 UNIDADES	7470.405 KL
PROMEDIO	50840 UNIDADES	7.002.709 KL EN UNIDADES 87.533.863 UNI DE 80 GRS PROMEDIO. ANUAL.

(Cuadro 8)

Dado el tipo de servicio que ofrece al publico, el comportamiento de esta será de tipo continuo, teniendo en cuenta que no existen factores relevantes que puedan hacer crecer o decrecer el consumo durante periodos largos de tiempo.

DEMANDA ACTUAL.

PERIODO	CANTIDAD	PRECIO
2002	57277	2500
2003	60141	3000

Cuadro 9

$$EP = \frac{60141 - 57277}{3000 - 2500} \cdot \frac{3000 + 2500}{60141 + 57277}$$

$$EP = 5.7 * 0.04 = 0.23 \text{ ELASTICA.}$$

Esto nos indica que un aumento del 1 % en el precio a partir del nivel de \$ 2272 produce una disminución del 0.23 en la cantidad demandada. Lo cual es un buen referente para analizar la forma en que se afectaría los ingresos de la empresa, al hacer modificaciones en el precio.

2.4.2. PROYECCIÓN O DEMANDA FUTURA

Según el siguiente análisis indica que existe altísima correlación entre las variables tiempo y demanda, por lo tanto la primera variable puede considerarse como un buen predictor por lo cual se procedió hacer las proyecciones para los cinco primeros años del proyecto. (ver grafico 2)

$$Y = a + bx$$

$$Y = 50840 + 2388.9x$$

$$Y_{2004} = 50840 + 2388.9 \times 7 = 67562.3$$

$$Y_{2005} = 50840 + 2388.9 \times 9 = 72340.1$$

$$Y_{2006} = 50840 + 2388.9 \times 11 = 77117.2$$

$$Y_{2007} = 50840 + 2388.9 \times 13 = 81895.7$$

$$Y_{2008} = 50840 + 2388.9 \times 15 = 86673.5$$

$$Y_{2009} = 50840 + 2388.9 \times 17 = 91451.3$$

PROYECCION DE LA DEMANDA	
---------------------------------	--

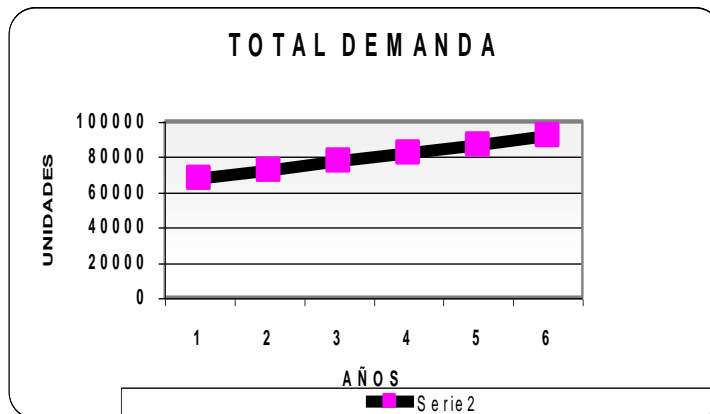
AÑOS	X	Y	X	X.Y	Y
1997	-5	45756	25	\$ -228.780	\$ 2.093.611.536
1998	-3	46671	9	\$ -140.013	\$ 2.178.182.241
1999	-1	49210	1	\$ -49.210	\$ 2.421.624.100
2000	1	51580	1	\$ 49.210	\$ 2.660.496.400
2001	3	54550	9	\$ 163.650	\$ 2.975.702.500
2002	5	57277	25	\$ 286.385	\$ 3.280.654.729
	0	305044	81242	\$ 81.242	\$ 15.610.271.506

Cuadro 10

2.4.2. DEMANDA PROYECTADA TOTAL.

Según la proyección de la demanda, analizamos que es un producto que ha venido aumentando constantemente. (Ver cuadro11 y grafico1.)

DEMANDA TOTAL PROYECTADA	
AÑOS	UNIDADES
2004	67562
2205	72341
2006	77117
2007	81896
2008	86673
2009	91451



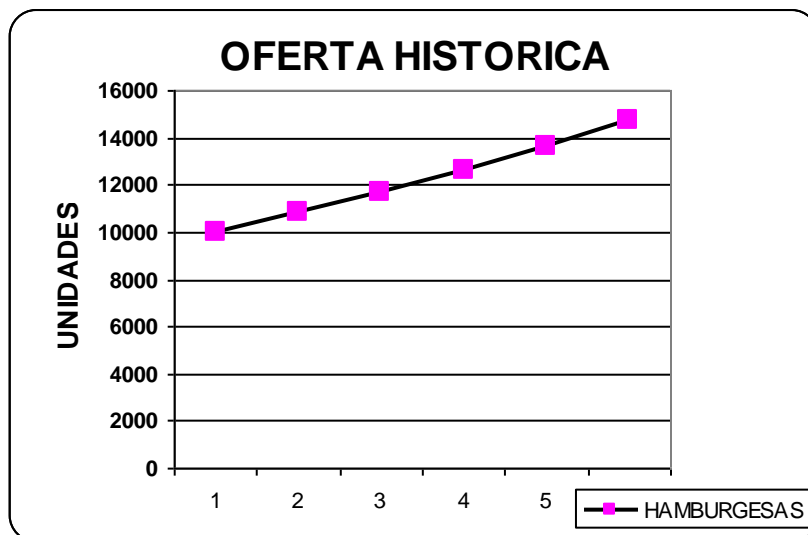
2.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA.

2.5.1. EVOLUCION HISTÓRICA Y ACTUAL DE LA OFERTA.

Las fuentes de información en que nos apoyamos, fueron algunos establecimientos de la línea de estos alimentos en el sector de fontibon. Durante los 5 últimos años, y en el DANE nos vasamos en el CIU escogiendo la carne preparada no embutida ni embazada como apoyo para nuestro proyecto, tomando como referencia la cantidad en kilos y la venta. (ver cuadro 12 y gráfico 2)

OFERTA HISTORICA.

AÑOS	HAMBURGESAS
1997	10000
1998	10800
1999	11664
2000	12597
2001	13604
2002	14692



OFERTA ACTUAL.

- ❖ Analizamos las características de la competencia existente en la competencia.
- ❖ Numero de competidores, en el momento no se cuenta con competencia.
- ❖ Tipo de oferta, oferta libre.

- ❖ Identificación de los productores que se constituye en competencia para el proyecto actualmente no hay competencia directa.
- ❖ También tomamos como referencia los datos que proporciona LA CAMARA DE COMERCIO, donde nos comentan que hay 5806 establecimiento pero al 5 de abril solo hay 725 que han renovado matricula.

2.5.2. OFERTA PROYECTADA O FUTURA.

Teniendo en cuenta la información histórica y actual se realizaron las proyecciones a través de un análisis de regresión lineal simple de donde se tiene la los resultado que podemos. (ver cuadro 13 grafico 3)

PROYECCIÓN FUTURO

$$Y = a + bx$$

$$Y_{2004} = 12226 + 736 \times 15 = 23266$$

$$Y_{2005} = 12226 + 736 \times 17 = 24738$$

$$Y_{2006} = 12226 + 736 \times 19 = 26210$$

$$Y_{2007} = 12226 + 736 \times 21 = 27682$$

$$Y_{2008} = 12226 + 736 \times 23 = 29154$$

$$Y_{2009} = 12226 + 736 \times 25 = 30626$$

PROYECCION OFERTA DE LA DEMANDA PROYECTADA O FUTURA
--

AÑOS	X	Y	X	X.Y	Y
1997	-3	10000	9	-30000	100.000.000
1998	-2	10800	4	-21600	116.640.000
1999	-1	11664	1	-11664	136.048.896
2000	1	12597	1	12597	158.684.409
2001	2	13604	4	27208	185.068.816
2002	3	14692	9	44076	215.854.864
	0	73357	28	20617	912.296.985,0

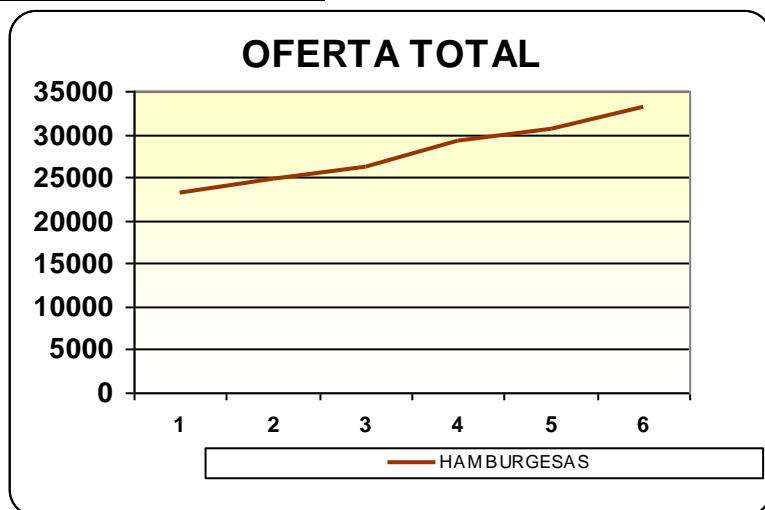
2.5.3. OFERTA TOTAL

La capacidad instalada con que cuenta el establecimiento que se escogió para el estudio. Es un establecimiento de 3 x 6 mts, cuenta con 10 mesas 6

para 4 personas y 4 para dos personas y 5 sencillas quienes iniciaron produciendo 60 hamburguesas diarias y actualmente produce 110 hamburguesas sumando un promedio de 28570 unidades anuales de hamburguesas. La calidad es regular ya que la hamburguesa no tiene buena presentación y la carne tiene como grumos. Cuadro 14. grafico 4.

OFERTA TOTAL

AÑOS	HAMBURGESAS
2004	23266
2005	24738
2006	26210
2007	29154
2008	30626
2009	33076



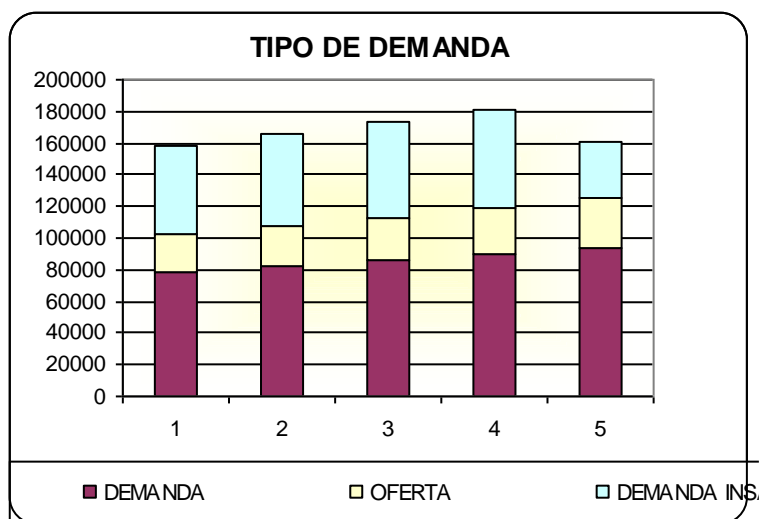
2.6. TIPO DE DEMANDA- POTENCIAL

Como podemos observar en él (cuadro 15 y grafico 5) es una demanda insatisfecha.

Ya que la demanda es superior a la oferta, lo cual resulta del análisis de la demanda y la oferta.

TIPO DE DEMANDA

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2005	79053	23266	55787
2006	82817	24738	58079
2007	86579	26210	60369
2008	90341	29154	61187
2009	94103	30626	36477



2.7. ANÁLISIS DE PRECIOS

EVOLUCION HISTÓRICA DE PRECIOS.

AÑOS	PRECIOS
1997	1800
1998	1900
1999	2000
2000	2200
2001	2300
2002	2500

(ver cuadro 16).

2.8. ANALISIS DE COMPETENCIA

2.9. INSUMOS

2.9.1. IDENTIFICACIÓN DE LOS PRINCIPALES INSUMOS.

PRODUCTO	PRESENTACION	\$ PRECIO	\$ PRECIO UNIDAD
PAN HAMBURGUESA GRANDE	PQT * 8 UNIDADES	\$1780	\$ 170
PAN HAMBURGUESA PEQUEÑO	PQT *10 UNIDADES	\$1200	\$ 90
JAMON TRADICIONAL PORCHI (IVA 7)	BLOQUE	\$ 33300	\$470
HAMBURGUESA DE POLLO 100GRS(IVA 7)	64 UNIDADES	\$ 50710	\$ 790
HAMBURGUESA DE POLLO 80 GRS(IVA 7)	64 UNIDAES	\$ 35000	\$ 550
HAMBURGUESA DE RES 100 GR (IVA 7)	64 UNIDADES	\$ 42000	\$ 650
HAMBURGUESA DE RES 80 gr (IVA 7)	64 UNIDADES	\$ 30000	\$ 460
SALSA TOMATE (IVA 16) POR 4300 GRS	UN FRASCO	\$ 13500	\$13500
MOSTAZA (IVA16) POR 4100 GRS	UN FRASCO	\$ 4400	\$4400
PAPA A LA FRANCESA (IVA 16) 2 KL	PQTS	\$ 7980	\$ 7980
QUESO TAJADO DOBLE CRE 4000 GRS	BLOQUE	\$ 9750	\$ 160
MARFGARINA FINA 500	20 UNIDADES	\$ 51000	\$2550

GR (IVA 16)			
TOAMTE DE MESA 7 KL	CAJA 7 KILOS	\$ 13650	\$60
CEBOLLA CABEZONA BLANCA 10 KLO	CAJA 10 KLOS	\$ 7500	\$ 30
LECHUGA BATAVIA 10 KLOS	CAJA 10 KILOS	\$ 8000	\$40

(Cuadro 17)

2.9.2. DETERMINACIÓN DE REQUERIMIENTOS DE CALIDAD.

Para estos requerimientos se diseño un formato con los siguientes requerimientos.

PRODUCTOS ALIMENTICIOS CANTIDAD PEDIDA _____ FECHA DE VENCIMIENTO _____ NUMERO DE LOTE _____ BUENA PRSENTACION _____ APARIENCIA AGRADABLE _____ LIMPIOS _____ EMPAQUES EN PERFECTO ESTADO _____ CONSERVACIÓN DE SUS CARACTERÍSTICAS FÍSICAS _____
--

(CUADRO 18)

2.9.3. IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.

Pan hamburguesa: mogolla normal grande, mogola mantequilla y con ajonjolí.

Lechuga batavia, Lisa, escarola y/o crespa.

Tomate de mesa y //o san marzano.

Bebidas: gaseosas y jugos.

2.9.4. IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN GEOGRAFICA DE LOS POSIBLES PROVEEDORES.

CARULLA. VIVERO S.A. ESTA UBICADA EN LA ZONA INDUSTRIAL MONTEVIDEO DE FACIL ACCESO POR VARIAS VIAS: POR LA BOYACA, AV. 68, LA CLL 23 Y LA AV. ESPERANZA..

Donde nos ofrecen productos de optima calidad. Tenemos como ventajas como: que nos cambien de algunos de los productos cuando esto lo amerité con 8 días antes de la fecha de vencimiento.

Tendremos horarios establecidos para realizar los pedidos.

Nos ofrecen tres opciones de compra. Por venta institucional quienes nos llevan los productos a domicilio dependiendo el volumen y la negociación el hipermercado se desplazaría alguien allí a comprar (autoservicio)

Dos opciones de pago, a crédito dependiendo el volumen y de contado.

Los productos de aseo se compraran en establecimiento cerca a “ DADY HAMBURGUER””.

2.9.5.CONDICIONES DE PAGO DE INSUMOS.

Tenemos dos opciones.

A crédito y de contado.

Si es a crédito: tengo que cumplir con algunos documentos y requisitos que son.

- Certificado de constitución de la cámara de comercio.
- Fotocopia de nit.
- Estados financieros con antigüedad de 6 meses.
- Fotocopia de la declaración de renta y patrimonio del ultimo año.
- Referencias bancarias.
- Estratos bancarios de los tres últimos meses.
- Referencia comercial por escrito.
- Carta suscrita por el representante legal autorizado a la persona responsable de las compras.

Después de realizar un estudio de proveedores se decidió este por la calidad, precios y servicio que nos ofrecen.

Preciso justos.

Colaboración con la publicidad.

Ir impreso el logo de porchi Carulla en las cajas de las hamburguesas.

Nos ofrecen asesoría técnica para almacenamiento.

Realizamos visitas a la planta.

Nos llevan a domicilio por parte de venta institucional, pero si es en el hipermercado nos desplazaríamos allí.

2.9.6. DESCRIPCIÓN DE SISTEMAS ALTERNATIVAS DE COMPRA.

Lo que es el pan y la carne tendríamos solamente como proveedor a carulla vivero s.a. con sus dos opciones: Ventas institucionales y el hipermercado estos debido a la calidad del producto teniendo en cuenta las características optimas de materias primas y elaboración con que realizan este producto, con buenas técnicas manufactureras y más ahora con certificación de HACCP.

En cuanto a los otros productos si los pudiésemos, adquirir en un momento determinado en algunos de los tres supermercados que quedan cerca del sitio donde estará ubicado.

“ DADY HAMBURGUER”

2.9.7. EXPLICACION DE LOS SISTEMAS DE TRANSPORTE QUE ESTAN SIENDO EMPLEADOS.

- Las materias primas e insumos se transportarían a través de vehículos adecuados con las características del producto lo cual el área de ventas institucionales se responsabiliza cumpliendo la norma 3075.
- Cuando compremos en el hipermercado, las materias se desplazaran en taxi y cargaríamos una nevera de icopor con hielo para la hamburguesa, con lo cual buscamos no perder la cadena de frío y mantener sus características.

3. ESTUDIO TECNICO

3.1. TAMAÑO.

Para definir el tamaño de este proyecto se analizo variables como la oferta y la demanda actual y futura del producto.

Oferta actual: 15000 anual y 45 diarias.

Oferta futura: 23266 y 65 diarias.

Demanda actual: 60141 anual y 167 diarias.

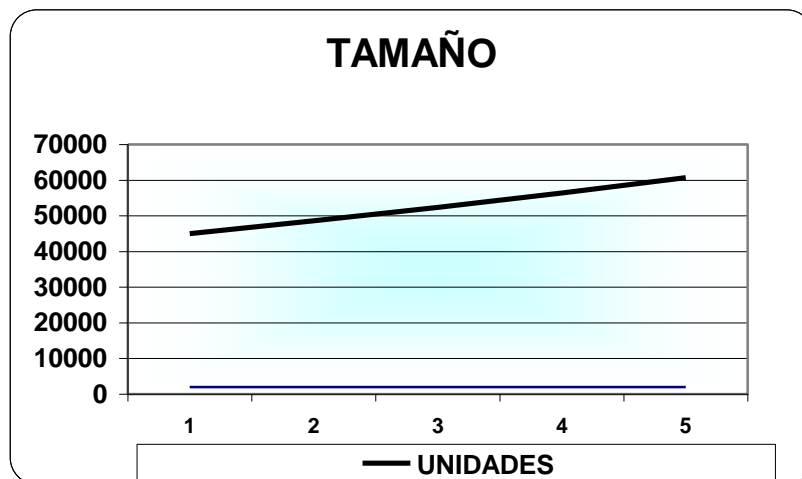
Demanda futura: 79055 y 219 diarias.

Teniendo en cuenta estos datos de referencia según el estudio de mercado hay una demanda insatisfecha de 153 unidades diarias aproximadamente.

El proyecto esta diseñada para producir 120 unidades equivalentes 43000 unidades anuales; pero inicialmente se elaboraran y venderán 85 uní. Diarias equivalentes 31000 anuales; donde el nivel de utilización es del 55% con una capacidad ociosa del 45 % o sea la capacidad no utilizada, pero que estaría disponible para atender refrigerio o eventos en las diferentes empresas y colegios que lo necesiten. Cuadro 19 grafico

TAMAÑO

AÑO	UNIDADES
2004	43000
2005	46600
2006	50300
2007	54325
2008	58671



3.1.2 DISPONIBILIDAD DE MATERIAS PRIMAS.

3.2. LOCALIZACIÓN.

La definición de la localización mas adecuada es de gran importancia para el proyecto y tiene implicaciones a largo plazo ya que deberán efectuarse inversiones en obras físicas, equipos e instalaciones que una vez hechas serán difícil y costosa reubicación.

3.2.1.MACROLOCALIZACION.

ENGATIVA

VARIABLES	PONDERACION	AREA NORTE	AREA SUR
UBICACIÓN CONSUMIDORES	25%	2.5	5.0
TRANSPORTE MATERIA PRIMA	10 %	3.0	4.1
POLÍTICAS LOCALES PROGRAMAS DE DESARROLLO	10 %	3.0	3.5
CONSIDERACIONES AMBIENTALES	5%	4.0	3.5
ACTIVIDAD ECONOMICA BANCOS	10%	4.0	3.5
CONDICIONES VIAS DE COMUNICACION	10%	3.0	4.5
SERVICIOS PUBLICOS TARIFAS	20%	4.0	4.0
INSTITUCIONES EDUCATIVAS EXISTENTES	10%	3.0	4.0
TOTAL	100 %	26.4	32.1

(CUADRO 20

Una vez efectuada la correspondiente ponderación con una calificación individual de uno a cinco, siendo cinco la mayor calificación, los resultados nos dejan ver claramente que la zona con mayores ventajas comparativas es el sur y por lo tanto se pondrá en marcha el proyecto en dicha zona.

3.2.2.MICROLOCALIZACION.

ENGATIVA

VARIABLES	PONDERACION	LAURELES	LINTERAMA	FAENA
VIAS DE ACCESO	20%	3.0	4.6	3.5
DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS PUBLICOS	20%	3.0	4.0	2.5
COMPETENCIA	15%	3.0	4.5	3.0
COSTO DE TRANSPORTE	10%	3.0	4.5	3.0
COSTO ARRIENDO	10%	3.5	4.5	4.0
TRANSPORTE DE MATERIA PRIMA	10%	3.5	4.0	2.5
DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS PUBLICOS	15%	4.0	4.0	4.0
TOTAL	100%	23.5	30.1	26.0

(CUADRO 21)

3.3.3.PROCESO DE PRODUCCIÓN.

3.3.4. DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PRODUCTO.

El producto base es la hamburguesa y el servicio que prestaremos con excelente calidad. La hamburguesa esta compuesta por carne de pollo o res, queso, pan verdura, salsas. Este producto cuenta con un alto nivel nutricional, prestando servicio a domicilio que no exceda 10 cuadras en la redonda.

3.3.5.ESPECIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE INSUMOS.

MATERIAS PRIMAS DIRECTAS.

PRODUCTO	CANTIDAD UNIDADES	VALOR UNITARIO
PAN HAMBURGUESA	1 (200 grs.)	\$ 170
HAMBURGUESA CARNE O POLLO	1 (100 GRS)	\$ 600
TOMATE	1 (50 grS)	\$ 60
CEBOLLA	1 (50 GRS)	\$30
LECHUGA	1 (50 GRS)	\$ 40
QUESO TAJADO	1 (50 GRS)	\$ 160
	6 (500 GRS)	\$ 1060

(CUADRO 22)

3.3.6.MATERIALES EMPAQUE

PRODUCTO	UNI	\$ VALOR
CAJA DE EMPAQUE	1	100

(CUADRO 23)

3.3.7.MATERIALES DE COMSUMO NO INCORPORADOS AL PRODUCTO.

PRODUCTO	UNIDAD	VALOR
TOCINETA	1(80)	\$ 700
JAMON TRADICIONAL	1 (50)	\$ 470
BEBIDAS	1	\$ 600
PAPA FRANCESA	1(200)	\$ 1000

(CUADRO 24)

**3.3.8.ELEMENTOS IMPRODUCTIVOS QUE NO FORMAN PARTE DE
MANERA DIRECTA DEL PROCESO PRODUCTIVO.**

ELEMENTOS DE LIMPIEZA	UNIDAD	VALOR \$ 50000
DETERGENTE	1 (5000 GRS)	
BLANQUEADOR	1 (3000 GRS)	
GUANTES NEGROS	1(12 UNID)	
ESCOBAS	1(6 UNI)	
SERVILLETAS TIPO CAFETERIA	1(12 UNID)	
VASOS DESECHABLES	1 (30 UNI)	
PITILLOS PLASTICOS	1 CAJA (12)	
PALILLOS	1 CAJA (12)	
PAPELERIA(LIBRETAS, CUADERNO, ESFEROS)	UNIDADES	\$50.000 MENSUAL

(CUADRO 25)

3.3.9.SELECCIÓN DE PROCESO PRODUCTIVO.

PROCESO DE MANO DE OBRA.

La disponibilidad y el costos de la mano de obra requerida por el proceso productivo pueden hacer inclinar la decisión hacia una de las alternativas estudiadas.

3.3.10.DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.

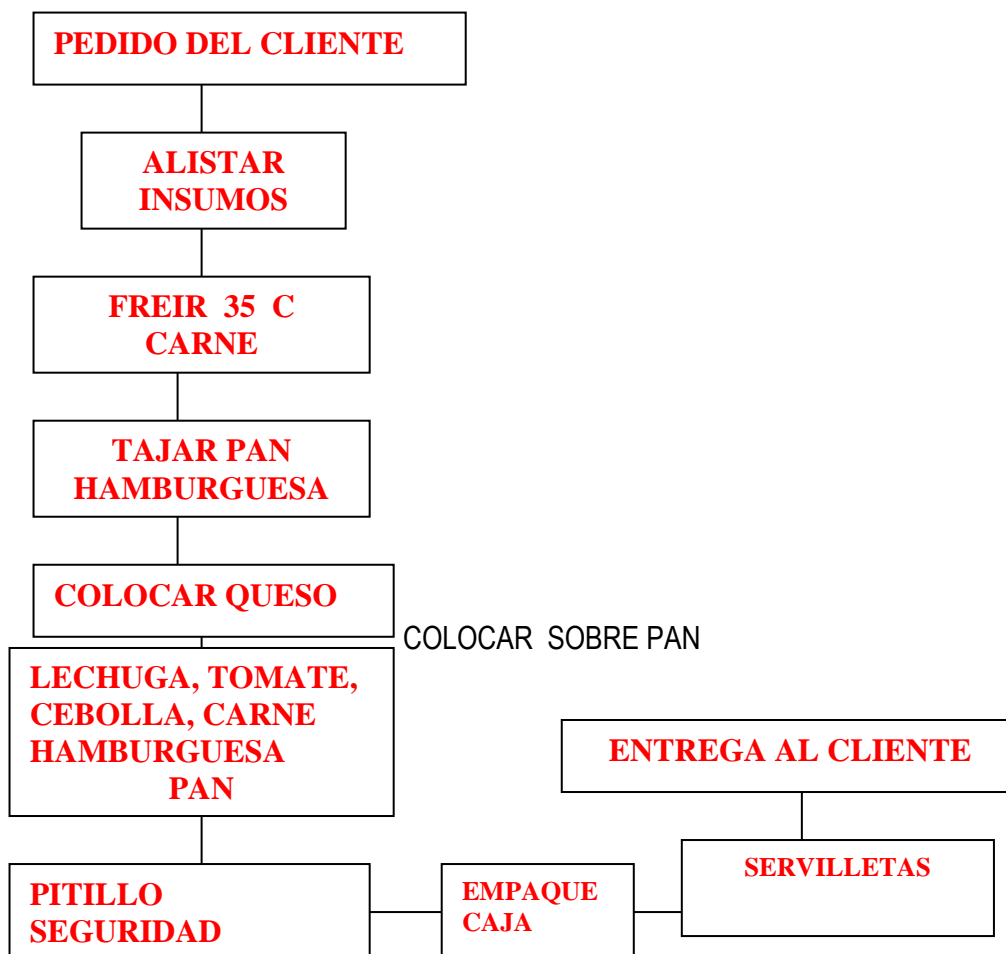


Grafico 6

3.3.11.PROGRAMA DE PRODUCCIÓN

Año	PRODUCCIÓN UNIDADES	CAPACIDAD INSTALADA
2004	31000	55%
2005	33480	60%
2006	36158	65%
2007	39050	.70%
2008	42174	75%

(cuadro 26)

No se ocupara el 100 %, ya que esto puede ocasionar un desgaste excesivo. Lo normal es ir incrementando progresivamente el porcentaje de utilización hasta llegar a cubrir la capacidad normal.

3.3.12.EQUIPOS DE PROCESO PRODUCTIVO.

EQUIPOS	CANT,	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN
EXTRACTOR DE HUMO	1	\$ 445200	\$445200	5 AÑOS
PLANCHON	1	\$ 180000	\$ 180000	5 AÑOS
NEVERA DE 9 PIES	1	\$ 700000	\$700000	5 AÑOS
CAJA REGISTRADORA	1	\$ 2'000000	\$ 2000000	5 AÑOS
TAJADORA	1	\$ 2000000	\$2000000	5 AÑOS
CUCHILLOS	3	\$ 20000	\$60000	5 AÑOS
TOTAL	8		\$ 5,385,200	

(cuadro 27)

INMUEBLES Y ENSERES.

INMUEBLE	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS	VALOR TOTAL
MUEBLE DE ALMACENAMIENTO	1	EN ACERO INOXIDABLE	\$ 200000
MESA PLASTICA	7	COLOR BEICH	\$ 189000
SILLAS PLASTICAS	28	COLORES ROJO Y AMARILLO	\$ 392000
SILLA DE MADERA	1	LACADA	\$ 42000
SILLA GIRATORIA	1		\$50000
ESCRITORIO	1		\$ 170000
ARCHIVADOR	1	MEDIANO	\$ 150000
TELEFAX	1		\$ 400000
COMPUTADOR	1		\$ 1200000

(CUADRO 28)

TOTAL \$ 2793000

3.3.13. IDENTIFICACIÓN DE MANO DE OBRA.

MANO DE OBRA DIRECTA.

RECURSO HUMANO	CANTIDAD	SALARIO	TOTAL
OPERARIO	2	\$ 358000	\$ 716000
MANO DE OBRA INDIRECTA.			
ADMINISTRADOR	1	\$ 700000	\$ 700000
CAJERO	1	\$ 450000	\$ 450000
MESERO	1	\$ 358000	\$ 358000

(CUADRO 29)

3.4. OBRAS FÍSICAS.

11.1. ESTRUCTURA DEL ALMACENAMIENTO.



(cuadro 30)

El punto de venta estará conformado por:

Planta de proceso; Donde se encontrara la plancha, un mesón, la caja y las paredes serán de color rojo y amarillo y el logo en el entorno de la pared.

Las sillas serán plásticas de color amarillo rojo y azul.

Habrà luces de neon de colores verdes y rosadas, música suave brindando así un ambiente familiar y atractivo que incite a todos los clientes a visitarnos.

Presentación de los productos.

***Hamburguesas:** en una caja de colores rojo y amarillo con el logo del establecimiento, de forma y tamaño similar a la de la hamburguesa.

COSTOS DE MANTENIMIENTO DE EXISTENCIAS.

Según el espacio que se ocupa para el almacenamiento es de 1 mtr por tres lo que equivale a \$16.000 mensuales teniendo en cuenta el arriendo del local.

4.ESTUDIO ADMINISTRATIVO.

4.1.ELEMENTOS DE CONSTITUCIÓN Y PARTE LEGAL.

4.1.1 CONSIDERACIONES DE CARÁCTER GENERAL.

Este proyecto en el periodo de realización, implementación y operación se ajusta a las leyes, normas, decretos y reglamentos impuestos por el gobierno a nivel nacional. A qui tendremos en cuenta que va a funcionar la parte administrativa y operativa se llevara a cabo en un local de 6 mts de ancho x 5 mts de largo equivalente a 36 mts cuadrados. Por lo tanto se pagara arrendamiento y servicios. En cuanto al funcionamiento se tiene proyectado solicitando un préstamo familiar, para solventar los gastos de funcionamiento.

4.1.2. CONSTITUCIÓN JURÍDICA.

- ❖ Razón social de la empresa. “ **DADY HAMBUGUER Itda**”
- ❖ Domicilio de la empresa: la ubicación del establecimiento es la kra 116 # 65 – 31 Engativa.
- ❖ **ACTIVIDADES GENERALES**, que va a desarrollar para el cumplimiento de los objetivos.

La empresa elaborara las hamburguesas y las comercializara en establecimiento donde prevalecerá el servicio, calidad e higiene.

- ❖ Los proveedores a quienes le vamos a comprar la materia prima nos deben garantizar la calidad, cumplimiento en cuanto a cantidad y hora de entrega.
- ❖ EL capital de la sociedad es la suma de \$ 8'000.000, ocho millones de pesos moneda Cte. Dividido en dos cuotas o partes de interés por un valor de \$ 4'000.000.
- ❖ Para incrementar las ventas se tendrán en cuenta las diversas opiniones de los clientes.

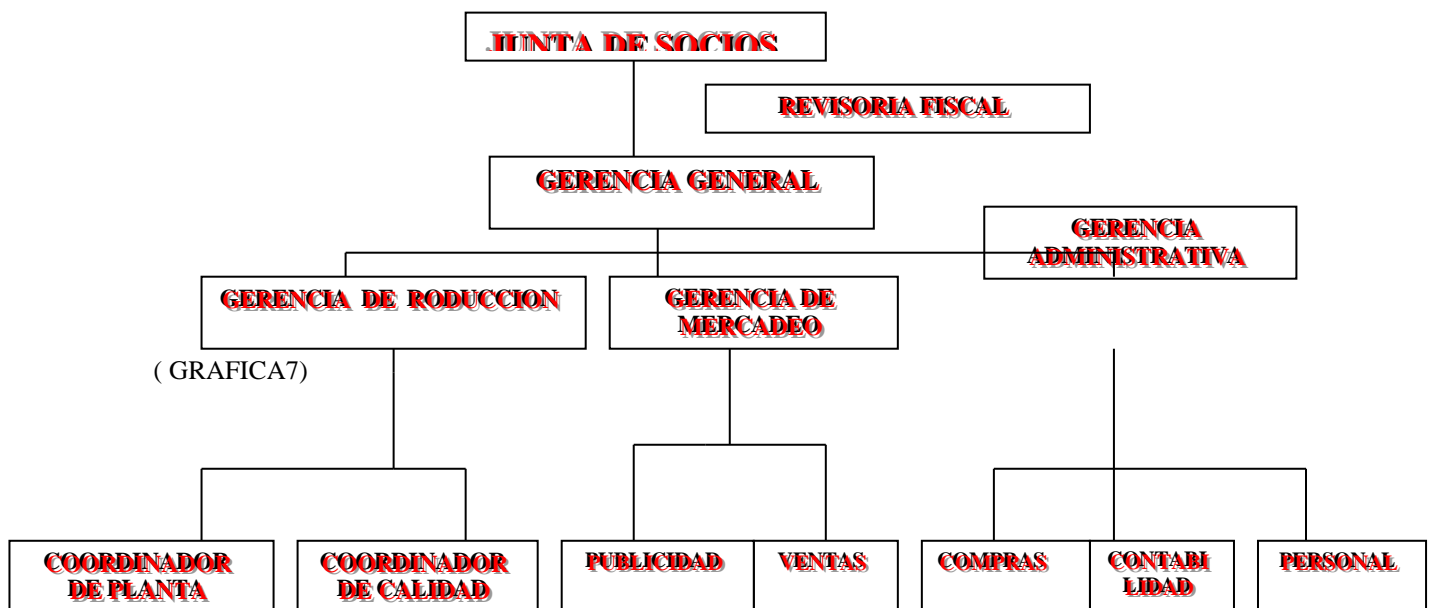
❖ Asociados. LUIS RAFAEL BELTRÁN Y YISSEL PRIETO.

DEBERES Y DERECHOS DE LOS ASOCIADOS.

*constituir la sociedad comercial.

- Matricular el establecimiento en registro mercantil.
- Llevar la contabilidad del establecimiento conforme a las prescripciones legales.
- Conservar la documentación relacionada con la actividad.
- ❖ Los órganos de dirección y administración estarán constituidos por los mismos socios.
- ❖ Representante legal: Luis Rafael Beltrán.
- ❖ El retiro de uno de los socios, se debe acoger a los estatutos de la sociedad.
- ❖ Duración de la sociedad es de 2 años y quedara estipulada en la escritura pública.
- ❖ Causas y condiciones de liquidación: por reducción del numero de asociados, por decisión de los socios, por perdidas que reduzcan el capital por debajo del 50 %.
- ❖ **Anexo C documentos de implementación.**

4.1.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.



PERSONAL
ADMINISTRADOR. 1
CAJERO. 1
MESEROS. 1
OPERARIO.2
CONTADOR CONTRATADO POR HONORARIOS. 1

los cuales tendrán a cargo el funcionamiento del establecimiento “DADY HAMBURGUER” y diariamente le reportaran los resultados al administrador para que el a su vez lo comunique a la junta directiva y los cuales quedaran registrados en los libros contables.

4.1.4.DESCRIPCIÓN DE CARGOS.

ADMINSTRADOR.

FUNCIONES:

Quien contara con la autoridad necesaria para orientar, dirigir y controlar a las personas que serán responsables de la ejecución de las tareas específicas que permitirán el logro de las metas preestablecidas.

comprende las siguientes funciones:

- Supervisar todas las funciones y actividades con la responsabilidad inmediata de lograr la eficiente operación del mismo.
- ofrecer y concientizar a las personas a cargo del excelente servicio para con el cliente y calidad optima del producto
- Evitar la fuga de utilidades por cuentas malas.
- Reportar diariamente el funcionamiento del establecimiento.
- Manejar adecuadamente los dineros que ingresen a diario y estar pendiente de las cuentas por cobrar.
- Mantener el control, tanto del efectivo como de las materias primas.
- Tendrá a cargo la supervisión todo el otro personal.
- Estar mayor parte de su tiempo en el punto de venta.

REQUISITOS.

conocimientos y habilidades:

Técnico en administración de empresas y con experiencia de un año.

Edad 23 años a 35 años.

Responsable de la: supervisión del personal a cargo.

Tener excelentes relaciones con los clientes y demás público.

OPERARIO:

FUNCIONES:

*recepciones y almacenar materias primas de acuerdo a *especificaciones y características ya establecidas.

*realizar el procedimiento del proceso productivo garantizando un producto de optima calidad.

- Realizar limpieza y desinfección del establecimiento a diario al terminar el proceso.
- Alistar pedidos y despacharlos.

REQUISITOS:

Conocimientos y habilidades: conocimientos de alimentos y bachiller.

Experiencia un año, debe seguir procedimientos y métodos de rutina.

Edad de 20 a 35 años.

Responsabilidad realizar y supervisar cada uno de las etapas del proceso.

MESERO-VENDEDOR.

FUNCIONES:

- Comunicar pedidos al área de producción.
- Buscar nuevos clientes y mantener los que se tengan.
- Cumplir con citas previas concretadas con diferentes clientes.
- En algunos momentos atender el punto de venta lo cual se realizara en forma rotativa, se trabajara en turnos. Manejar cartera y estar informando al administrador las cuentas de cobro pendientes.

REQUISITOS:

Educación. Bachiller, conocimientos en mercadeo, ventas y contabilidad.

Experiencia un año.

Edad. 23 a 35 años.

responsabilidad

Excelente servicio para con el cliente incrementar las ventas.

Revisar las ordenes de despachos, facturas.

El producto al cliente.

Saber conducir.

CAJERA

FUNCIONES

Recepciones dinero que será entregado por los diferentes clientes antes de consumir el producto.

* Supervisar constantemente que las mesas estén limpias.

* estar pendiente de los clientes que lleguen, si el mesero esta ocupado este se encargara de atender a los clientes llevando el pedido hasta su mesa.

* entregar su caja a diario, si son días de mayor venta realizar entregas parciales al administrador

* participar con el administrador en el cierre de fin de mes.

* Verificar las facturas de proveedores sean pagadas a tiempo, y contabilizar el dinero que se utilice en gastos imprevistos o de caja menor.

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

las normas mínimas que se mantendrán en el establecimiento serán las siguientes:

* horario: de lunes viernes de 9 AM a 10 PM con una hora de almuerzo. Sábado, domingos y festivos de 10 AM a 11 PM. Con una hora de almuerzo.

* los pedidos a proveedores se realizaran dos veces a la semana lunes y miércoles los cuales deben ser recepcionados de 8 a 9 AM por el operario.

* realizar limpieza a diario tanto al área de proceso como al punto de venta.

* todas las noches se hará arqueo de caja e inventarios.

* llevar el control de cartera y cuentas por pagar a diario.

* se realizaran arqueos ocasionales sin previo aviso.

* verificar calidad del producto realizando día de por medio panel de degustación con los empleados y clientes que visiten el establecimiento.

* portar la dotación previamente establecidas.

4.2. SALUD OCUPACIONAL

Para “DADY HAMBURGUES”, es importante el programa de salud ocupacional, Tendremos en el establecimiento extinguidores, se ubicara un botiquín con pastas par el dolor, cremas para quemaduras y todos aquellos medicamentos de primeros auxilios.

Todo el grupo de trabajo, formara una brigada de prevención de accidentes dentro del establecimiento.

OBJETIVOS.

Concientizar al grupo de la importancia de la seguridad industrial para todos los empleados y la forma de prevenir accidentes. Corrigiendo posibles fallas en cada lugar de nuestro trabajo.

4.3. FILOSOFIA INSTITUCIONAL

4.1.3 MISION.

El establecimiento de hamburguesas “ **DADY HAMBURGUER** “ estará dedicada a la comercialización de productos alimenticios de rápido consumo, excelente calidad y servicio dirigido a estudiantes, comerciantes y todo aquel que lo desee consumir en el sector de Engativa.

DADY HAMBURGUER estará orientada al cliente a la calidad y excelencia en el servicio para lo cual contara con personal altamente calificado para llevar a cavo el proceso productivo eficiente y constante con lo cual se busca apoyar el crecimiento y desarrollo de la empresa y sus empleados quienes con su desempeño creativo, comprometido, integro y profesional formaran un buen equipo de trabajo.

DADY HAMBURGUER es consciente de la responsabilidad, de las condiciones que se deben seguir y cumplir ofreciendo al cliente un producto, higiénico y alto nivel nutricional.

4.3.2. VISION

DADY HAMBURGUER buscara ser el establecimiento más eficiente, dinámica y rentable entre los demás de la misma línea de productos, donde será preferida por los clientes logrando liderazgo en el mercado.

4.3.3. VALORES CREENCIAS.

***Honestidad.** Ofrecer al cliente el producto con las características y componentes que les prometo. de igual forma contar con empleados honestos para que los productos finales sean de optima calidad

***Calidad** donde los empleados realicen cada una de sus funciones con los procedimientos preestablecidos teniendo en cuenta la opción del cliente.

***Respeto** que en el equipo de trabajo exista un respeto mutuo produciendo un excelente producto buscando satisfacer las necesidades del cliente y un armónico ambiente de trabajo..

***Trabajo en equipo** para que cada una de las funciones de los empleados sea eficiente y de optima calidad.

4.3.4. POLÍTICAS.

*Contar con proveedores que ofrezcan y garanticen la calidad de los productos.

*Los precios serán por debajo de la competencia en un 5 por ciento.

*Se venderá cerveza en lata siempre y cuando esta se adquiera como acompañante de alguno de los productos que allí se venden.

*Se le dará accesoria a todo empleado nuevo que se reciba.

*El equipo de trabajo mínimo deberá contar con el titulo de bachiller.

*Mensual mente se realizara reuniones con el personal resaltando siempre la

*calidad, servicio e higiene tanto personal como del establecimiento.

*Tener claro que el cliente siempre tiene la razón.

*El alimento se preparara solo en el momento que el cliente lo solicite.

*el cliente pagara antes de consumir el producto.

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. INVERSIONES INICIALES.

Teniendo en cuenta la información y estudio que se ha presentado hasta el momento, se requiere de invertir en activos tangibles e intangibles.

Tangibles como: maquinaria y equipos, muebles y enseres e instalaciones los cuales son depreciables.

Los activos intangibles los cuales están constituidos por los bienes no físicos como: los derechos de la empresa, necesarios para su funcionamiento.

5.1.1 INVERSIONES EN ACTIVOS INTANGIBLES.

Estudio de prefactibilidad.

Estos gastos se han causado para definir la idea inicial del proyecto y para demostrar la conveniencia de efectuar estudios más profundos. Como:

Transporte, Internet y papelería.

Estudio de factibilidad

Son aquellos en los cuales se han incurrido para realizar los estudios de mercado, técnico, financiero y evaluación del proyecto, así como los Desplazamiento, para analizar la situación del entorno y las encuestas, adquisición de publicaciones para la investigación preliminar. Presentación de avances(informes) y el personal que nos colabora con las encuestas.

Inversión en activos intangibles. (Ver cuadro 31)

INVERSION EN ACTIVOS DIFERIDOS		
DETALLE DE INVERSIONES	COSTO	
ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD	-	
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	\$ 746.160	\$ 746.160
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	\$ 700.000	
MONTAJE Y PUESTA EN MARCHA	\$ 400.000	
ENTRENAMIENTO DE PERSONAL	\$ 100.000	
IMPREVISTOS	\$ 150.000	\$ 1.350.000
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	\$ 2.096.160	\$ 2.096.160

METODO PARA CONOCER LOS VALORES DE PREFACTIBILIDAD Y DE FACTIBILIDAD

DIAS DEL MES	20
MESES AL AÑO	1
DIAS DEL AÑO	20
DIAS DE LA SEMANA	5
SEMANAS AL AÑO	4,0
DIAS TRABAJADOS POR EL GRUPO	20
HORAS LABORALES PARA UN DIA	6
HORAS TRABAJADAS POR EL GRUPO	120
SALARIO BASE PARA CADA INTEGRANTE	250.000
PERSONAS INTEGRANTES DEL GRUPO	2
SALARIO DIA	12.500
SALARIO HORA	2.083
SALARIO HORA CON PRESTACIONES	3.109
VALOR INVERTIDO POR C/U EN EL PROYECTO	373.080
VALOR TOTAL DEL PROYECTO	746.160
OTROS GASTOS PREOPERATIVOS \$	1.350.000
TOTAL PREOPERATIVOS	\$ 2.096.160

5.1.2 AMORTIZACIÓN DE GASTOS DIFERIDOS.

Cuadro 32

ACTIVO INTANGIBLE	PLAZO (en años) AMORTIZACION	COSTO DEL ACTIVO	VALOR DEPRECIACION ANUAL				
			1	2	3	4	5
Gastos preoperativos	5	\$ 2.096.160	\$ 419.232	\$ 452.771	\$ 488.992	\$ 528.112	\$ 570.361
TOTAL A AMORTIZAR			\$ 419.232	\$ 452.771	\$ 488.992	\$ 528.112	\$ 570.361

IINMUEBLES
DADY HAMBURGUER.

INMUEBLE	CANTIDAD	VALOR UNI.	VALOR TOTAL	DEPRECIACION
MUEBLE DE ALMACENAMIENTO	1	\$ 300000	\$ 300000	5 AÑOS
MESA PLASTICA	7	\$ 27000	\$ 189000	5 AÑOS
SILLAS PLASTICAS	28	\$ 14000	\$ 392000	5 AÑOS
SILLA DE MADERA	1	\$ 42000	\$ 42000	5 AÑOS
SILLA GIRATORIA	1	\$60000	\$60000	5 AÑOS
ESCRITORIO	1	\$172000	\$ 172000	5 AÑOS
ARCHIVADOR	1	\$ 200000	\$ 200000	5 AÑOS
TELEFAX	1	\$ 400000	\$ 400000	5 AÑOS
COMPUTADOR	1	\$ 1200000	\$ 1200000	5 AÑOS

(CUADRO 34)

TOTAL \$ 2793000

5.2. PROGRAMA DE INVERSIÓN FIJA

Teniendo en cuenta la información anterior determinaremos el programa de inversión fija a seguir en el proyecto, teniendo en cuenta que no se ha pensado en reinversion durante el periodo de evaluación. (CUADRO 35)

PROGRAMA DE INVERSION FIJA DEL PROYECTO

(Terminos Corrientes)

CONCEPTO	0	AÑOS				
		1	2	3	4	5
Activos Fijos Tangibles						
- Maquinaria y equipo	\$ 6,770,000					
- Mobiliario y decoracion	\$ -					
- Muebles y equipo ofic.	\$ 2,872,000				\$ -	
- SUBTOTAL	\$ 9,642,000				\$ -	
ACTIVOS DIFERIDOS						
- Gastos preoperativos	\$ 2,179,699					
- SUBTOTAL	\$ 2,179,699					
TOTAL INVERSION FIJA	\$ 11,821,699				\$ -	

5.3. INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO.

Considerando las necesidades de la empresa en cuanto a personal que se utilizara y el valor de los productos a ofrecer se establece la inversión en capital de trabajo, bajo el método del ciclo productivo y con tasa estimada de inflación del 8 % de la siguiente forma. (cuadro 36).

INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO					
(Terminos Corrientes)					
DETALLE	AÑOS				
	0	1	2	3	4
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 6,643,522	\$ 531,482	\$ 574,000	\$ 619,920	\$ 669,514

= TOTAL COSTOS OPERACIONALES		\$		8%
		82,686,715		
- DEPRECIACION		\$		
		1,417,435		
- AMORTIZACION DIFERIDOS		\$		
		439,764		
- GASTOS DE VENTA		\$		
		-		
		<u>\$ 80,829,516</u>		
/ ENTRE 365 DIAS	365	\$		
		221,451		
X 30 DIAS	30	\$		
		6,643,522		
MANO DE OBRA		41,562,486		
COSTO DE MATERIALES		29,232,000		
COSTO DE SERVICIOS		5,379,634		
OTROS		4,655,396		
COSTO DE OPERACIÓN ANUAL		80,829,516		

ICT = Inversion en capital de trabajo

CO = Ciclo operativo (en días)

COPD = Costo de operación promedio diario

COPD = Costo operación anual

365

COPD = 80,829,516
365

COPD = 221,451

ICT = CO (COPD)

ICT = 30 221,451

ICT = 6,643,522

5.5. VALOR RESIDUAL

(Cuadro 37.)

VALOR RESIDUAL DE ACTIVOS AL FINALIZAR EL PERIODO DE EVALUACION					
(Terminos Corrientes)					
CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Otros Activos Produccion					\$ 2,115,832
Activos Administrativos					\$ 1,109,343
Activos de Ventas					\$ -
Activos Distribucion					\$ -
Subtotal Valor Residual					
Activos Fijos					\$ 3,225,175
Capital de Trabajo					\$ 6,643,522
Total Valor Residual					\$ 9,868,697

5.5. COSTOS.

5.5.1 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Estos costos se clasifican en costos primos (costos directos) y gastos generales de fabricación o producción.

Dentro de los costos primos está el valor de materiales directos, por la mano de obra directa, incluyendo el valor correspondiente a prestaciones sociales y por la depreciación de la maquinaria, cuando se produce un servicio, el costo directo esta constituido por los materiales que se gastan en el servicio y por la mano de obra responsable de su prestación.

Dentro de los costos de producción se encuentra n los costos de materia prima, otros materiales, mano de obra que interviene en producción y costos indirectos. Están constituidos por los materiales indirectos, mano de obra indirecta con prestaciones sociales y los demás gastos indirectos, (SERVICIOS)

5.5.1. 1. COSTOS DE MATERIA PRIMA.

La materia prima básica que utilizara elaborar la hamburguesa será: pan para hamburguesa, carne hamburguesa, cebolla cabezona blanca, tomate de mesa, lechuga y queso, para presta el servicio en el establecimiento “DADY HAMBURGUER”. (Ver cuadro 38).

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANT.	COSTO UNITARIO	AÑOS				
				1	2	3	4	5
MATERIALES DIRECTOS								
PAN HAMBURGUESA	UNI	25200	170	\$ 4.284.000	\$ 4.626.720	\$ 4.996.858	\$ 5.396.606	\$ 5.828.335
CARNE HAMBURGUESA	UNI	25200	600	\$ 15.120.000	\$ 16.329.600	\$ 17.635.968	\$ 19.046.845	\$ 20.570.593
CEBOLLA CABEZONA BLANCA	50 GRS	25200	30	\$ 756.000	\$ 816.480	\$ 881.798	\$ 952.342	\$ 1.028.530
TOMATE DE MESA	50 GRS	25200	60	\$ 1.512.000	\$ 1.632.960	\$ 1.763.597	\$ 1.904.685	\$ 2.057.059
QUESO TAJADO	50 GRS	25200	160	\$ 4.032.000	\$ 4.354.560	\$ 4.702.925	\$ 5.079.159	\$ 5.485.491
LECHUGA	50 GRS	25200	40	\$ 1.008.000	\$ 1.088.640	\$ 1.175.731	\$ 1.269.790	\$ 1.371.373
Subtotal				\$ 26.712.000	\$ 28.848.960	\$ 31.156.877	\$ 33.649.427	\$ 36.341.381
MATERIALES INDIRECTOS		0						
CAJA INDIVIDUAL		1 25200	100	\$ 2.520.000	\$ 2.721.600	\$ 2.939.328	\$ 3.174.474	\$ 3.428.432
Subtotal				\$ 2.520.000	\$ 2.721.600	\$ 2.939.328	\$ 3.174.474	\$ 3.428.432
TOTAL				\$ 29.232.000	\$ 31.570.560	\$ 34.096.205	\$ 36.823.901	\$ 39.769.813

5.5.1.2. COSTOS DE MANO DE OBRA DIRECTA.

los costos de la mano de obra se calcularon con base a la demanda personal Necesaria para prestar el servicio en el establecimiento de hamburguesas “DADY HAMBURGUER”, también tendremos en cuenta los estudio realizados para el (tamaño y capacidad para lo cual se va a realizar el proyecto.

El operario estará en disposición de elaborar 120 hamburguesas diarias en ocho horas, pero el proyecto esta elaborado a producir 85 diarias. (Ver cuadro 39)

CARGO	REMUNERACION	REMUNERACION	PRESTACIONES	AÑOS				
	MENSUAL	ANUAL	SOCIALES	1	2	3	4	5
MANO DE OBRA DIRECTA								
OPERARIO	350000	4200000	2077614	\$ 6.277.614	\$ 6.779.823	\$ 7.322.209	\$ 7.907.986	\$ 8.540.625
Subtotal	350000	4200000	2077614	\$ 6.277.614	\$ 6.779.823	\$ 7.322.209	\$ 7.907.986	\$ 8.540.625

5.5.1.3. COSTOS INDIRECTOS

Se tienen como elementos como, la caja individual y bolsas plásticas, que se utilizaran en el equipo antes de empacarlo, así como servicios públicos que son utilizados en el proceso de ensamble y demás elementos que aunque forman parte integral del equipo no participan directamente en la elaboración de la hamburguesa. (Cuadro 40)

SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	AÑOS				
				1	2	3	4	5
ACUEDUCTO	Mts3 + Cargo fijo	7	76000	547200	590976	638254,08	689314,406	744459,559
ENERGIA	KW/H	4320	204,73	884433,6	955188,288	1031603,35	1114131,62	1203262,15
TELEFONO	Impulsos + Cargo fijo	0	0	0	0	0	0	0
DOTACION	CUATRIMESTRAL	9	30000	270000	291600	314928	340122,24	367332,019
AUXTRANSPORTE	MES	36	35500	1278000	1380240	1490659,2	1609911,94	1738704,89
ARRIENDO LOCAL 50%	MES	12	200000	2400000	2592000	2799360	3023308,8	3265173,5
TOTAL				5379633,6	5810004,29	6274804,63	6776789	7318932,12

COSTOS ADMINISTRATIVOS.

5.5.2.1 GASTOS ADMINISTRATIVOS.

Se tiene en cuenta básicamente los sueldos del personal del área administrativa, así como el arriendo, papelería, servicios públicos y la persona encargada de los servicios generales. (Cuadro 41)

CARGO	REMUNERACION MENSUAL	REMUNERACION ANUAL	PRESTACIONES SOCIALES	AÑOS				
				1	2	3	4	5
ADMINISTRADOR	\$ 700.000	\$ 8.400.000	\$ 4.155.228	\$ 12.555.228	\$ 13.559.646	\$ 14.644.418	\$ 15.815.971	\$ 17.081.249
CAJERO	\$ 400.000	\$ 4.800.000	\$ 2.374.416	\$ 7.174.416	\$ 7.748.369	\$ 8.368.239	\$ 9.037.698	\$ 9.760.714
MESERO	\$ 358.000	\$ 4.296.000	\$ 2.125.102	\$ 6.421.102	\$ 6.934.791	\$ 7.489.574	\$ 8.088.740	\$ 8.735.839
CONTADOR(Honorarios)	\$ 250.000	\$ 3.000.000	\$ -	\$ 3.000.000	\$ 4.842.731	\$ 5.230.149	\$ 5.648.561	\$ 6.100.446
Subtotal	\$ 1.708.000	\$ 20.496.000	\$ 8.654.746	\$ 29.150.746	\$ 33.085.537	\$ 35.732.380	\$ 38.590.970	\$ 41.678.248

SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	AÑOS				
				1	2	3	4	5
ACUEDUCTO	Mts3 + Cargo fijo	7	76000	547200	590976	638254,08	689314,4064	744459,6
ENERGIA	KW/H	4320	204,73	884433,6	955188,288	1031603,351	1114131,619	1203262
TELEFONO	Impulsos + Cargo fijo	0	0	0	0	0	0	0
DOTACION	CUATRIMESTRAL	9	30000	270000	291600	314928	340122,24	367332
AUXTRANSPORTE	MES	36	35500	1278000	1380240	1490659,2	1609911,936	1738705
ARRIENDO LOCAL 50%	MES	12	200000	2400000	2592000	2799360	3023308,8	3265174
TOTAL				5379634	5810004,29	6274804,631	6776789,002	7318932

5.6.PRESUPUESTOS DE INGRESOS POR VENTAS.

Para determinar la proyección de los ingresos se determino partiendo de la demanda que espera cubrir el proyecto la cual es el 65 % de la demanda insatisfecha, el promedio de 5 años, considerando aumentos del 5% en la capacidad de producción por cada año proyectado teniendo en cuenta el programa de producción, capacidad, el precio de venta y una inflación del 8 %

Para la proyección de los años de evaluación. (Ver cuadro 42)

Presupuesto de Ingresos por Venta de Productos (Terminos Corrientes)	
Producto	HAMBURGUESAS DADY BURGUER

Año	Unidades	Precio Unitario		Valor
1	30.810	\$	3.100	\$ 95.511.000
2	30.810	\$	3.348	\$ 103.151.880
3	30.810	\$	3.616	\$ 111.404.030
4	30.810	\$	3.905	\$ 120.316.353
5	30.810	\$	4.218	\$ 129.941.661
6	30.810	\$	4.555	\$ 140.336.994

	30.810	\$	3.100	\$	95.511.000
IPC	0,08				
	1,08				

TAMAÑO DEL PROYECTO

PROGRAMA DE INGRESOS.

5.6. PRESUPUESTO COSTOS OPERACIONALES.

5.7.

De acuerdo a la información obtenida en los cálculos de los costos de producción y administrativos se establece el presupuesto respectivo (vease cuadro 43).

PROGRAMA DE COSTOS OPERACIONALES					
(Terminos Corrientes)					
CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Costos de produccion	\$ 41.932.528	\$ 45.370.592	\$ 49.090.379	\$ 53.114.960	\$ 57.469.295
Gastos Administrativos	\$ 34.686.471	\$ 38.074.701	\$ 41.160.186	\$ 44.495.669	\$ 48.101.405
Gastos de Venta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Costos Operacionales	\$ 76.618.999	\$ 83.445.293	\$ 90.250.565	\$ 97.610.629	\$ 105.570.701

5.8. COSTOS FIJOS y VARIABLES.

Teniendo en cuenta estos costos determinamos el punto de equilibrio se deben elaborar 26.987 unidades para no tener utilidad pero tampoco perdida; así

mismo se puede establecer que la capacidad que la capacidad del proyecto de acuerdo a la disponibilidad hora- hombre de trabajo y a las cifras de la demanda proyectada. (Ver gráfico 44).

DISTRIBUCION DE COSTOS		
COSTO	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
Costo de Produccion		
Mano de Obra directa		\$ 6.277.614
Mano de obra indirecta	\$ -	
Materiales directos		\$ 26.712.000
Materiales indirectos	\$ -	\$ 2.520.000
Depreciacion	\$ 1.043.280	
Servicios		\$ 5.379.634
Mantenimiento		
Subtotal	\$ 1.043.280	\$ 40.889.248
Gastos de Administracion		
Sueldos y prestaciones	\$ 29.150.746	
Otros gastos	\$ 4.655.396	
Preoperativos	\$ 423.057	
Depreciacion	\$ 457.272	
Subtotal	\$ 34.686.471	
Gastos de Ventas		
Sueldos y prestaciones	\$ -	
Depreciacion	\$ -	
Subtotal	\$ -	
TOTAL	\$ 35.729.751	\$ 40.889.248
COSTOS TOTALES		\$ 76.618.999

5.9. ESTIMACION DEL PRECIO DE VENTA.

Considerando el costo por unidad producida y el margen de beneficio esperando se tiene:

Costo por unidad producida. Precio \$ 3100.

COSTOS FIJOS	35.729.751		
	1.772,86		
NUMERO DE UND. P.E.	20.154		
		IT =CT	\$ 62.476.652
			\$ 62.476.652
NUMERO DE UNIDADES			
			30.810
PRECIO POR UNIDAD	\$	3.100	
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$	1.327,14	

El punto de equilibrio es igual a 20154 uní. Lo que equivale a un ingreso de \$ 62.476.652. (2154 uní por \$3100) lo que significa que es necesario vender 20154 unidades para no tener pérdidas ni utilidades.

A si mismo se puede establecer que la capacidad del proyecto debe estar entre 20154 unid y las 3810 unid(que representan el tamaño del proyecto de acuerdo a la disponibilidad hora-hombre de trabajo y a las cifras de la demanda proyectada) para que este se pueda implementar. (Vease figura 18).

PUNTO DE EQUILIBRIO.

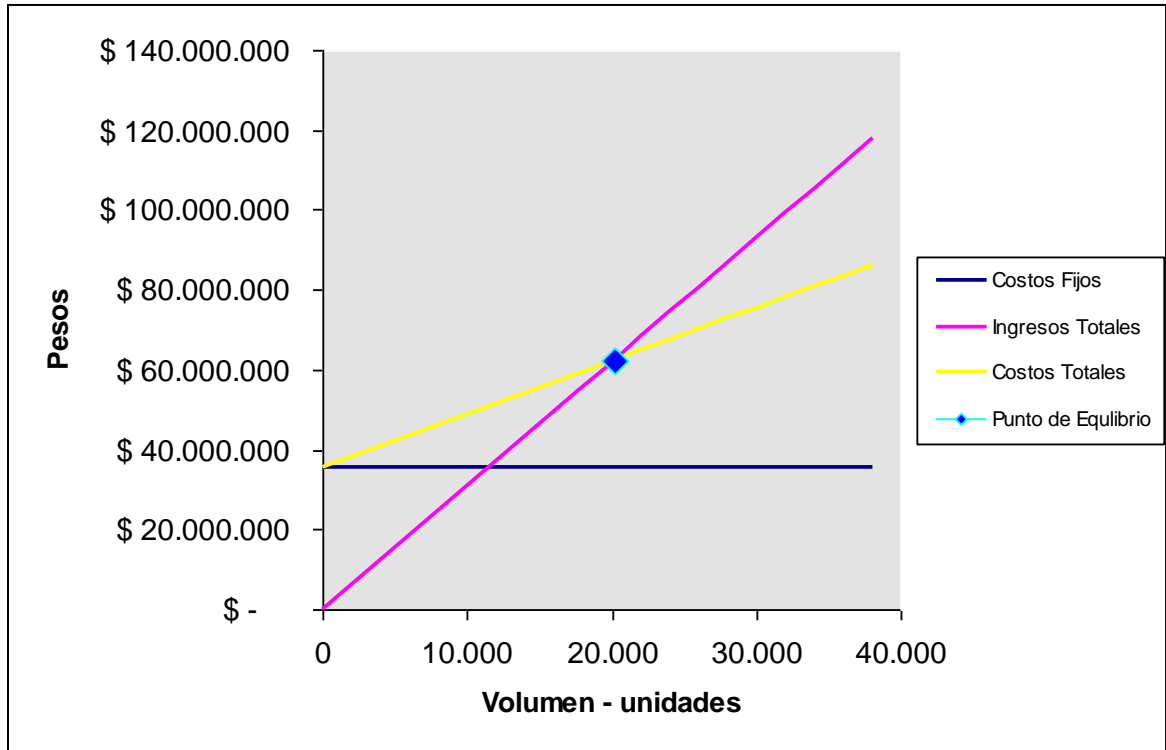


grafico 6

6. FLUJO NETO DE INVERSIONES SIN FINANCIAMIENTOS.

A partir de los datos obtenidos en informaciones anteriores se establece este punto, teniendo en cuenta que la única cifra que no es negativa corresponde a lo que sería un egreso en función de las actividades de la empresa. Por lo tanto deben ser negativas. (Ver cuadro 45).

FLUJO NETO DE INVERSIONES SIN FINANCIAMIENTO A TRAVES DE CREDITOS
(Términos Corrientes)

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversión Fija	\$ -11.738.160	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital de Trabajo	\$ -6.139.347	491.148	530.440	572.875	618.705	
Valor Residual						\$ 9.952.253
Flujo Neto de Inversión	\$ -17.877.507	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 9.952.253

6.1. FLUJO DE OPERACIONES SIN FINANCIAMIENTO.

a partir de los datos obtenidos en el presupuestos de ingresos y los costos y gastos del proyecto se llega a determinar utilidad neta del proyecto durante los años de evaluación, de donde se tiene que desde el primer año de operación ya se esta obteniendo. (Ver cuadro 46).

FLUJO NETO DE OPERACIÓN SIN FINANCIAMIENTO (Terminos Corrientes)

CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Total Ingresos	\$ 95.511.000	\$ 103.151.880	\$ 111.404.030	\$ 120.316.353	\$ 140.336.994
Total Costos Operacionales	\$ 76.618.999	\$ 83.445.293	\$ 90.250.565	\$ 97.610.629	\$ 105.570.701
Utilidad Operacional	\$ 18.892.001	\$ 19.706.587	\$ 21.153.466	\$ 22.705.724	\$ 34.766.293
Menos Impuestos	\$ 7.273.421	\$ 7.242.171	\$ 7.773.899	\$ 8.344.353	\$ 12.776.613
Utilidad Neta	\$ 11.618.581	\$ 12.464.416	\$ 13.379.567	\$ 14.361.370	\$ 21.989.681
Más Depreciacion	\$ 1.500.552	\$ 1.740.640	\$ 2.009.539	\$ 2.310.322	\$ 2.646.369
Más Amortización de Diferidos	\$ 423.057	\$ 456.901	\$ 493.453	\$ 532.929	\$ 575.564
Flujo Neto de Operación sin Financiamiento	\$ 13.542.190	\$ 14.661.957	\$ 15.882.560	\$ 17.204.622	\$ 25.211.613

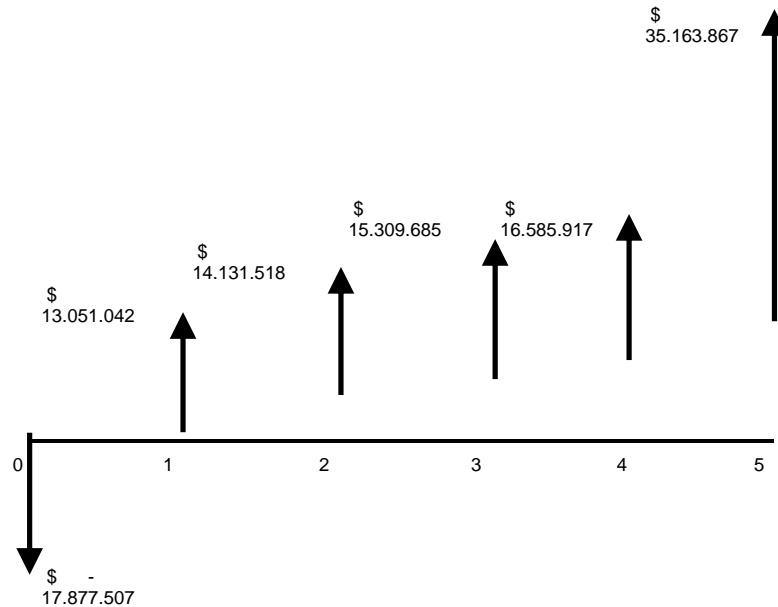
6.2. FLUJO FINANCIERO NETO DEL PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO.

Luego de determinar el flujo de inversiones y operaciones sin financiamiento del proyecto, se establece un consolidado que muestra los resultados que con la operación del proyecto se deber obtener durante el periodo de evaluación, con lo cual se establece la racionalidad de las inversiones hechas en el proyecto y la generación de excedentes a través de ellos. (Ver cuadro 47.)

FLUJO FINANCIERO NETO DEL PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO
(Terminos Corrientes)

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujo neto de inversion	\$ - 17.877.507	\$ - 491.148	\$ - 530.440	\$ - 572.875	\$ - 618.705	\$ - 9.952.253
Flujo neto de operación		\$ 13.542.190	\$ 14.661.957	\$ 15.882.560	\$ 17.204.622	\$ 25.211.613
Flujo financiero neto del proyecto sin financiamiento	\$ - 17.877.507	\$ 13.051.042	\$ 14.131.518	\$ 15.309.685	\$ 16.585.917	\$ 35.163.867

FLUJO FINANCIERO NETO DEL PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO
GRAFICA



6. 3.FINANCIAMIENTO.

EN LOS CUADROS 38 Y 39 SE ESTABLECEN las fuentes de los recursos a financiar y el total de las inversiones en el proyecto con financiamiento, de donde se considero que los activos fijos no representan una cuantía significativa frente a otros rubros de la inversión, por lo tanto estos no están sometidos a financiamiento y sus fuentes serán recursos propios.
(Vease cuadro 48).

PROGRAMA DE INVERSIONES DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO
(Terminos Corrientes)

CONCEPTO	FUENTES	AÑOS					
		0	1	2	3	4	5
Activos Fijos Tangibles							
- Maquinaria y equipo	Cr	\$ -6.770.000					
- Mobiliario y decoracion	Cr	\$ -				\$ -	
- Muebles y equipo ofic.	Cr	\$ -2.872.000					
- Vehiculo	Cr	\$ -					
		\$ -9.642.000					
Activos Diferidos							
- Gastos preoperativos	Pr	\$ -2.096.160					
- Intereses durante la instalación	Cr	\$ 19.123					
Capital de Trabajo	Cr	\$ -6.139.347	\$ - 491.148	\$ - 530.440	\$ - 572.875	\$ - 618.705	
TOTAL INVERSIONES		\$ -17.896.630	\$ - 491.148	\$ - 530.440	\$ - 572.875	\$ - 618.705	

MONTO CREDITO \$ 15.800.470

Cuadro 49. FLUJO NETO DE INVERSIONES CON FINANCIAMIENTO.

FLUJO NETO DE INVERSIONES PARA EL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO
(Terminos Corrientes)

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversion fija	\$ -11.738.160				\$ -	
Intereses durante la implementación	\$ -19.123	\$ -	\$ -	\$ -		
Capital de trabajo	\$ -6.139.347	491.148	530.440	572.875	\$ -618.705	
Valor residual						\$ 9.952.253
Flujo Neto de Inversión	\$ -17.896.630	\$ - 491.148	\$ - 530.440	\$ - 572.875	\$ -618.705	\$ 9.952.253

Para la amortización del crédito se tuvieron en cuenta las siguientes condiciones financieras: recursos provenientes de IFI, a 5 años m, DTF EA 7.8% + 9, amortización trimestral de acuerdo al flujo de fondos del proyecto, (para el manejo de los flujos se asumirá las cuotas anuales equivalentes a las semestrales) donde el pago anual equivaldría a \$ 4.495.760.

CUADRO 50 -PROGRAMA DE AMORTIZACION DEL CREDITO
(Terminos Corrientes)

PERIODO	PAGO ANUAL A	INTERESES I SOBRE SALDOS \$ 0,1750	VALOR DISPONIBLE PARA AMORTIZAR	SALDOS A FINAL DEL AÑO
Inicial				\$ 15.800.470
1	\$ -4.995.760	\$ -2.765.398	\$ -2.230.361	\$ 13.570.109
2	\$ -4.995.760	\$ -2.375.040	\$ -2.620.719	\$ 10.949.389
3	\$ -4.995.760	\$ -1.916.362	\$ -3.079.398	\$ 7.869.992
4	\$ -4.995.760	\$ -1.377.406	\$ -3.618.354	\$ 4.251.638
5	\$ -4.995.760	\$ -744.122	\$ -4.251.638	\$ -
		\$ -9.178.328	\$ -15.800.470	

n

\$ -
17.877.507 Total para inversion
-1

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Prestamo =	\$ 15.800.470				
i	0,17502	0,38	0,4	0,42	0,44

$$A = P \left(\frac{i*(1+i)^5}{((1+i)^5 - 1)} \right)$$

1,17502	2,239887953	0,39202519	
1,17502	2,239887953	1,239887953	0,316177916

6.4. FLUJO NETO DE OPERACIÓN CON FINANCIAMIENTO.

En este flujo se tiene en cuenta los gastos financieros causados por los intereses a pagar por el crédito adquirido, lo que origina una variación de la utilidad gravable, los impuestos y la utilidad neta, lo que genera una diferencia de 1'747.453. Entre el flujo neto de operación sin financiamiento y el flujo con financiamiento. (Ver cuadro 51).

FLUJO NETO DE OPERACION CON FINANCIAMIENTO

	AÑO				
	1	2	3	4	5
Total Ingresos	\$ 95.511.000	\$ 103.151.880	\$ 111.404.030	\$ 120.316.353	\$ 140.336.994
Menos Costos Operacionales	\$ 76.618.999	\$ 83.445.293	\$ 90.250.565	\$ 97.610.629	\$ 105.570.701
Utilidad Operacional	\$ 18.892.001	\$ 19.706.587	\$ 21.153.466	\$ 22.705.724	\$ 34.766.293
Menos Gastos Financieros	\$ 2.765.398	\$ 2.375.040	\$ 1.916.362	\$ 1.377.406	\$ 744.122
Utilidad Gravable	\$ 16.126.603	\$ 17.331.546	\$ 19.237.104	\$ 21.328.318	\$ 34.022.172
Menos Impuestos	\$ 6.208.742	\$ 6.369.343	\$ 7.069.636	\$ 7.838.157	\$ 12.503.148
Utilidad Neta	\$ 9.917.861	\$ 10.962.203	\$ 12.167.468	\$ 13.490.161	\$ 21.519.024
Más Depreciacion	\$ 1.500.552	\$ 1.740.640	\$ 2.009.539	\$ 2.310.322	\$ 2.646.369
Más Amortización de Diferidos	\$ 423.057	\$ 456.901	\$ 493.453	\$ 532.929	\$ 575.564
Flujo Neto de Operación	\$ 11.841.470	\$ 13.159.744	\$ 14.670.461	\$ 16.333.412	\$ 24.740.956

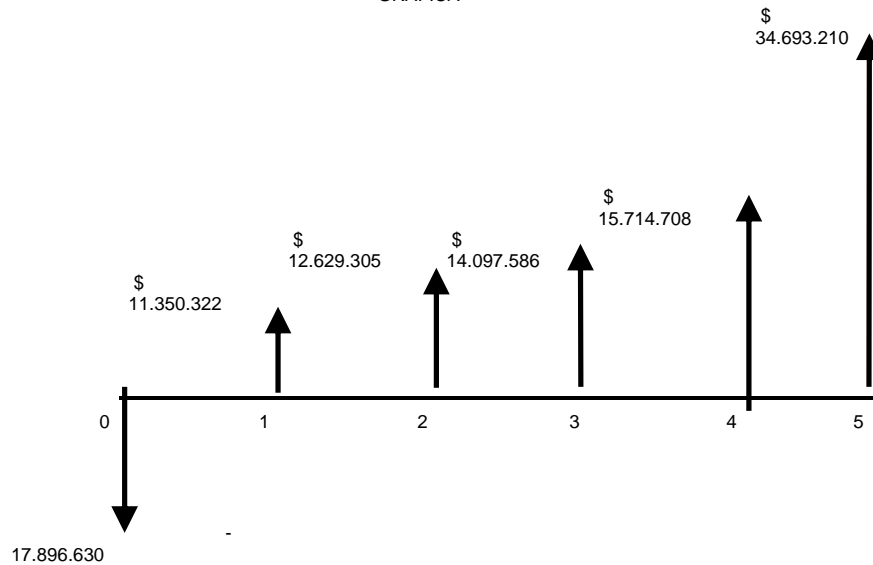
6.5. FLUJO FINANCIERO NETO CON FINANCIAMIENTO.

Este flujo muestra los dineros que el proyecto arroja durante su operación, como una retribución a la inversión realizada, sin distinguir entre las fuentes que lo ha financiado. (Ver cuadro 52).

FLUJO FINANCIERO NETO DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO
(Terminos Corrientes)

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujo neto de inversion cf	\$ - 17.896.630	\$ - 491.148	\$ - 530.440	\$ - 572.875	\$ - 618.705	\$ - 9.952.253
Flujo neto de operación cf		\$ 11.841.470	\$ 13.159.744	\$ 14.670.461	\$ 16.333.412	\$ 24.740.956
Flujo financiero neto del proyecto con financiamiento	\$ - 17.896.630	\$ 11.350.322	\$ 12.629.305	\$ 14.097.586	\$ 15.714.708	\$ 34.693.210

FLUJO FINANCIERO NETO DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO
GRAFICA



6.6. FLUJO DE INVERSIÓN DEL INVERSIONISTA.

Puesto que es al inversionista a quien se le otorga el crédito, es este quien debe responder por el mismo por lo tanto los pagos por amortizaciones solo afectan este flujo, reflejándose luego en el flujo financiero neto del inversionista, de donde se observa que los valores negativos que aparecen allí se constituyen en egresos por inversiones, mientras que el crédito recibido y el valor residual son positivos puesto que son ingresos que estarán a disposición del proyecto. (ver cuadro 53).

FLUJO NETO DE INVERSIONES PARA EL INVERSIONISTA
(Terminos Corrientes)

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversion fija	\$ -11.738.160				\$ -	
Intereses durante la implementación	\$ -19.123					
Capital de trabajo	\$ -6.139.347	\$ -491.148	\$ -530.440	\$ -572.875	\$ -618.705	
Valor residual						\$ 9.952.253
Credito	\$ 15.800.470					
Amortizacion Credito		\$ -2.230.361	\$ -2.620.719	\$ -3.079.398	\$ -3.618.354	\$ -4.251.638
Flujo Neto de Inversión	\$ -2.096.160	\$ -2.721.509	\$ -3.151.159	\$ -3.652.272	\$ -4.237.058	\$ 5.700.615

6.7. FLUJO DE OPERACIÓN DEL INVERSIONISTA.

Al considerar que es el inversionista quien hace cargo de la amortización del crédito, cubriendo estos valores con los excedentes del mismo, se observa que las cantidades que arroja el proyecto para el inversionista suman un valor que logra cubrir estas obligaciones. (Cuadro 54).

	AÑO				
	1	2	3	4	5
Total Ingresos	\$ 95.511.000	\$ 103.151.880	\$ 111.404.030	\$ 120.316.353	\$ 140.336.994
Menos Costos Operacionales	\$ 76.618.999	\$ 83.445.293	\$ 90.250.565	\$ 97.610.629	\$ 105.570.701
Utilidad Operacional	\$ 18.892.001	\$ 19.706.587	\$ 21.153.466	\$ 22.705.724	\$ 34.766.293
Menos Gastos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ 2.765.398	\$ 2.375.040	\$ 1.916.362	\$ 1.377.406	\$ 744.122
Utilidad Gravable	\$ 16.126.603	\$ 17.331.546	\$ 19.237.104	\$ 21.328.318	\$ 34.022.172
Menos Impuestos	\$ 6.208.742	\$ 6.369.343	\$ 7.069.636	\$ 7.838.157	\$ 12.503.148
Utilidad Neta	\$ 9.917.861	\$ 10.962.203	\$ 12.167.468	\$ 13.490.161	\$ 21.519.024
Más Depreciación	\$ 1.500.552	\$ 1.740.640	\$ 2.009.539	\$ 2.310.322	\$ 2.646.369
Más Amortización de Diferidos	\$ 423.057	\$ 456.901	\$ 493.453	\$ 532.929	\$ 575.564
Flujo Neto de Operación	\$ 11.841.470	\$ 13.159.744	\$ 14.670.461	\$ 16.333.412	\$ 24.740.956

6.8. FLUJO FINANCIERO NETO DEL INVERSIONISTA.

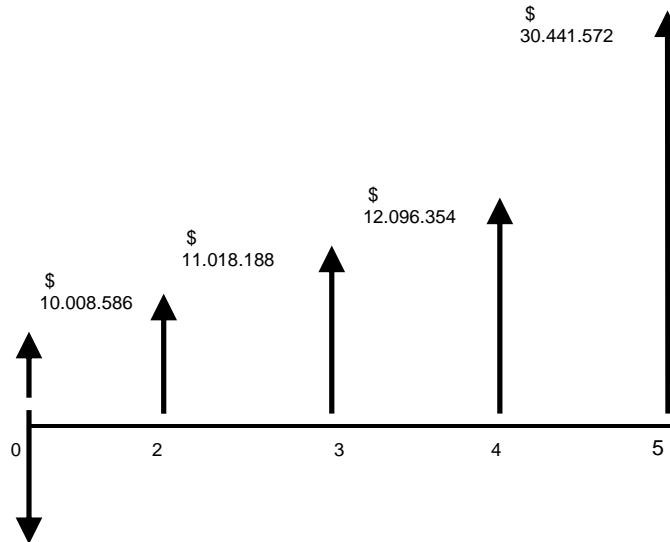
Este flujo nos indica que los dineros que este poniendo el proyecto a disposición del inversionista, año por año, como retribución al capital que este invertido realmente \$ 11.738.160. (Cuadro 55).

FLUJO FINANCIERO NETO DEL PROYECTO PARA EL INVERSIONISTA
(Terminos Corrientes)

CONCEPTO					
	1	2	3	4	5
Flujo neto de inversion	\$ - 2.721.509	\$ - 3.151.159	\$ -3.652.272	\$ - 4.237.058	\$ 5.700.615
Flujo neto de operación c:f	\$ 11.841.470	\$ 13.159.744	\$ 14.670.461	\$ 16.333.412	\$ 24.740.956
Flujo financiero neto del proyecto	\$ 9.119.960	\$ 10.008.586	\$ 11.018.188	\$ 12.096.354	\$ 30.441.572

FLUJO FINANCIERO NETO DEL PROYECTO

GRAFICA



Cuadro 56. FLUJO D EFONDOS PARA EL INVERSIONISTA.

FLUJO DE FONDOS PARA EL INVERSIONISTA
(Terminos Corrientes)

INVERSIONES	IMPLEMENTACION	OPERACIÓN (AÑOS)				
	0	1	2	3	4	5
Activos fijos tangibles	\$ -9.642.000				\$ -	
Gastos preoperativos	\$ -2.096.160					
Intereses implementacion	\$ -19.123					
Capital de trabajo	\$ -6.139.347	\$ -491.148	\$ -530.440	\$ -572.875	\$ -618.705	
Inversion total	\$ -17.896.630	\$ -491.148	\$ -530.440	\$ -572.875	\$ -618.705	
* Creditos para inversion en activos fijos y capital trabajo	\$ -					
Inversion Neta	\$ -17.896.630	\$ -491.148	\$ -530.440	\$ -572.875	\$ -618.705	
Amortizacion creditos		\$ -2.230.361	\$ -2.620.719	\$ -3.079.398	\$ -3.618.354	\$ -4.251.638
Valor residual						
Capital de trabajo						\$ 6.139.347
Activos fijos						\$ 3.812.906
Flujo neto de inversiones	\$ -17.896.630	\$ -2.721.509	\$ -3.151.159	\$ -3.652.272	\$ -4.237.058	\$ 5.700.615
OPERACIÓN						
Ingresos:						
* Ventas		\$ 95.511.000	\$ 103.151.880	\$ 111.404.030	\$ 120.316.353	\$ 140.336.994
Total ingresos		\$ 95.511.000	\$ 103.151.880	\$ 111.404.030	\$ 120.316.353	\$ 140.336.994
Costos						
* Costos de Produccion		\$ -41.932.528	\$ -45.370.592	\$ -49.090.379	\$ -53.114.960	\$ -57.469.295
* Gastos de administracion		\$ -34.686.471	\$ -38.074.701	\$ -41.160.186	\$ -44.495.669	\$ -48.101.405
* Gastos de Venta		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total costos operacionales		\$ -76.618.999	\$ -83.445.293	\$ -90.250.565	\$ -97.610.629	\$ -105.570.701
Utilidad operacional		\$ 18.892.001	\$ 19.706.587	\$ 21.153.466	\$ 22.705.724	\$ 34.766.293
Gastos financieros		\$ -2.765.398	\$ -2.375.040	\$ -1.916.362	\$ -1.377.406	\$ -744.122
Utilidad Gravable		\$ 16.126.603	\$ 17.331.546	\$ 19.237.104	\$ 21.328.318	\$ 34.022.172
Impuestos		\$ -6.208.742	\$ -6.369.343	\$ -7.069.636	\$ -7.838.157	\$ -12.503.148
Utilidad neta		\$ 9.917.861	\$ 10.962.203	\$ 12.167.468	\$ 13.490.161	\$ 21.519.024

Depreciaciones		\$ 1.500.552	\$ 1.740.640	\$ 2.009.539	\$ 2.310.322	\$ 2.646.369
Amortización diferidos		\$ 423.057	\$ 456.901	\$ 493.453	\$ 532.929	\$ 575.564
Flujo neto de operación		\$ 11.841.470	\$ 13.159.744	\$ 14.670.461	\$ 16.333.412	\$ 24.740.956
FLUJO DE FONDOS PARA EL INVERSIONISTA	\$ -17.896.630	\$ 9.119.960	\$ 10.008.586	\$ 11.018.188	\$ 12.096.354	\$ 30.441.572

6.9. BALANCE INICIAL. La situación financiera luego de establecer las condiciones sobre las cuales actúa el proyecto y los resultados que este arroja para con sus participantes, es la que muestra el siguiente balance (cuadro 57) donde se aprecia que la mayor concentración de activos se presenta en la cuenta de bancos (80%), causado esto por el capital de trabajo, así mismo se observa que los activos fijos solo.

"DADY HAMBURGUER"		
BALANCE GENERAL INICIAL		
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
Caja		
Bancos	\$ 6.139.347	
Inventarios	\$ -	
Total Activo Corriente		\$ 6.139.347
ACTIVOS FIJOS		
Muebles y Enseres	\$ 2.872.000	
Vehiculos	\$ -	
Maquinaria y Equipo	\$ 6.770.000	
Mobiliario y Decoracion	\$ -	
Total Activos Fijos		\$ 9.642.000
ACTIVOS DIFERIDOS		
Gastos Preoperativos	\$ 2.115.283	
TOTAL ACTIVO DIFERIDOS		\$ 2.115.283
TOTAL ACTIVOS		\$ 17.896.630
PASIVO		
Pasivo a Largo Plazo		
Prestamos por Pagar	\$ 15.800.470	
Total Pasivo a Largo Plazo		\$ 15.800.470
PATRIMONIO		
Capital	\$ 17.896.630	
TOTAL PATRIMONIO		\$ 17.896.630
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO		\$ 33.697.100

6.9. ESTADO DE RESULTADOS.

Este estado financiero que para el primer año del proyecto se esta obteniendo una utilidad de \$ 1'258.592. (Vease cuadro 58).

" DADY HAMBURGUER"		
1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE		
Ventas		\$ 95.511.000
Costo de Produccion		<u>\$ 41.932.528</u>
Utilidad Bruta en Ventas		\$ 53.578.472
Gastos de Administracion	\$ 34.686.471	
Gastos de Ventas	<u>\$ -</u>	
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		<u>\$ 34.686.471</u>
Utilidad Operacional		\$ 18.892.001
Gastos Financieros		<u>\$ 2.765.398</u>
Utilidad Antes de Impuestos		\$ 16.126.603
Provisión para Impuestos		<u>\$ 6.208.742</u>
UTILIDAD NETA		\$ 9.917.861

7 EVALUACIÓN.

7.1 VPN SIN FINANCIAMIENTO.

7.1.1 sin financiamiento.

Considerando una tasa de interés de oportunidad del 14 %, originada en títulos del estado y basados en el flujo financiero neto sin financiamiento tenemos que el VPN sin financiamiento es igual a \$7'658.091 cifra positiva, de lo que se deduce que el proyecto es financieramente atractivo puesto que el dinero invertido en el genera una rentabilidad superior a la tasa de oportunidad o que este permite obtener una riqueza adicional igual al VPN en comparación con lo que se obtendría con los mencionados títulos del estado. (Ver cuadro 59).

V.P.N. = VALOR PRESENTE NETO

$$F = P (1+i)^n$$

V.P.N. SIN FINANCIAMIENTO

Concepto	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Flujo Financiero	\$ 13.051.042	\$ 14.131.518	\$ 15.309.685	\$ 16.585.917	\$ 35.163.867
i =	0,2312	1,2312			
Neto					
Potencia =	1,2312	1,51585344	1,866318755	2,297811652	2,829065705
	\$ 10.600.261	\$ 9.322.483	\$ 8.203.146	\$ 7.218.136	\$ 12.429.498

Valor presente de egresos

\$ -17.877.507 Valor de la inversion en el año 0 (-)

\$ 47.773.524

V.P.N. = \$ 29.896.017 Luego el proyecto es viable porque el valor presente neto es positivo

INFLACION	8%	\$ 1,08	Inflacion
T.I.O	14%	1,14	Tasa de oportunidad
	1,2312	1,2312	Tasa de interes corriente
(1+ii)(1+io)-1 = lea		0,2312	Interès efectivo anual

7.1.2. CON FINANCIAMIENTO.

Teniendo en cuenta que la tasa mínima de rendimiento para el proyecto con financiamiento es igual al 23.12 % y un VPN con financiamiento de \$ 26.309.569 positivo, por lo cual es viable este proyecto. (Cuadro 60).

TASA MINIMA DE RENDIMIENTO CON FINANCIAMIENTO

FUENTE	VALOR FINANCIADO	COSTO		PARTICIPACION FUENTE	PONDERACION
		ANTES IMPUESTOS	DESPUES IMPUESTOS		
Deuda	\$ -	17,502%	11,38%	0,0000	0,00%
Aporte Inversionista	\$ 17.896.630	23,12%	23,12%	1,0000	23,12%
TOTAL	\$ 17.896.630	(1,14)(1,08)-1 io ii		1,0	23,12%

TASA MINIMA DE RENDIMIENTO CON FINANCIAMIENTO

23,12%

V.P.N. CON FINANCIAMIENTO. CUADRO 61

V.P.N. = VALOR PRESENTE NETO

$F = P (1+i)^n$

V.P.N. CON FINANCIAMIENTO

Concepto	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Flujo Financiero	\$ 11.350.322	\$ 12.629.305	\$ 14.097.586	\$ 15.714.708	\$ 34.693.210
i =	23,12%	1,2312			
n =	# DE AÑOS				
con Financiamiento					

Potencia =	1,2312	1,51585344	1,866318755	2,297811652	2,829065705
	\$ 9.218.910	\$ 8.331.481	\$ 7.553.686	\$ 6.838.989	\$ 12.263.133

Valor presente de egresos

\$ -17.896.630

\$ 44.206.199

V.P.N. =

\$ 26.309.569

LUEGO EL PROYECTO ES VIABLE PORQUE EL VALOR PRESENTE NETO ES POSITIVO

7.1.3 PARA INVERSIONISTA.

Para este punto la tasa de descuento que se toma para hallar el VPN esta dada, no por la tasa mínima de rendimiento, sino por la que ofrece otra alternativa de inversión, es este caso los títulos del estado, de donde se obtiene otro valor positiva \$ 28.213. Vease cuadro 62.

V.P.N. PARA INVERSIONISTA

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujo de Fondos del Inversionista	\$ -17.896.630	\$ 9.119.960	\$ 10.008.586	\$ 11.018.188	\$ 12.096.354	\$ 30.441.572
V.P.N. ANUAL	\$ -17.896.630	\$ 7.999.965	\$ 7.701.282	\$ 7.436.963	\$ 7.162.013	\$ 15.810.398
V.P.N. Para el Inversionista	\$ 28.213.991					

7.2. TASA DE INTERES REPRESENTATIVA T.I.R.

7.2.1. SIN FINANCIAMIENTO.

Teniendo en cuenta que la tasa de interés de oportunidad es igual al 14 % Y que se esta midiendo la capacidad del proyecto para producir utilidades, independientemente de las condiciones del inversionista tenemos que para la situación sin financiamiento esta es aproximadamente igual a 69.83% lo que significa que: el proyecto es factible financieramente puesto que la T.I.R ES MAYOR A LA T.I.O. y por otro lado, los dineros que se mantienen invertido en el proyecto, sin importar su procedencia tienen rentabilidad del 69.83% anual .

(Cuadro 63).

TIR SIN FINANCIAMIENTO

DIFERENCIA ENTRE TASAS UTILIZADAS	SUMA DEL VPN (en valores absolutos)	% DEL TOTAL	AJUSTE AL 1% DE DIFERENCIA DE TASAS	TASAS UTILIZADAS AJUSTADAS TIR
50%	\$ 9.546.928	-1984%	19,84	69,8373
49%	\$ 10.028.189	2084%	20,84	69,8373
1%	\$ 481.261	100%	1,00	

50	\$	-9.546.928
49	\$	10.028.189
	\$	481.261

7.2.2 CON FINANCIAMIENTO

Para este caso la TIR indica que el proyecto ofrece un rendimiento del 63.14 % a todos los dineros invertidos en el, después de haber determinado los gastos financieros. (Cuadro 64).

TIR CON FINANCIAMIENTO

DIRERENCIA ENTRE TASAS UTILIZADAS	SUMA DEL VPN (en valores absolutos)	% DEL TOTAL	AJUSTE AL 1% DE DIFERENCIA DE TASAS	TASAS UTILIZADAS AJUSTADAS TIR
45%	\$ 9.529.764	-1814%	18,14	63,14
44%	\$ 10.055.198	1914%	19,14	63,14
1%	\$ 525.434	100%	1,00	

45	\$	-9.529.764
44	\$	10.055.198
	\$	-19.584.962

7.2.3 PARA EL INVERSIONISTA.

Nos damos cuenta que financieramente el proyecto es factible financieramente, ya que el V.P.N. Arroja resultados positivos, y la T.I.R es mucho mayor que la tasa de oportunidad. (Ver cuadro 65) Y ver cuadro de datos de los lactados para calcular la T.I.R para el inversionista.

TIR PARA INVERSIONISTA

DIRERENCIA ENTRE TASAS UTILIZADAS	SUMA DEL VPN (en valores absolutos)	% DEL TOTAL	AJUSTE AL 1% DE DIFERENCIA DE TASAS	TASAS UTILIZADAS AJUSTADAS TIR
58%	\$ -289.268	99%	-0,99	57,0072
57%	\$ 2.099	1%	0,01	57,0072
1%	\$ 291.366	100%	1,00	

58	\$	289.268
57	\$	2.099
	\$	291.366

Al deflactar los resultados y observar la incidencia de los factores inflacionarios en la rentabilidad del proyecto para el inversionista, se tienen los siguientes resultados.(Vease cuadro 66-67).

Cuadro 56.

DATOS DEFLACTADOS PARA CALCULAR TIR PARA INVERSIONISTA

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Factor de Deflactación	\$ 9.119.960 (1,08) ¹	\$ 10.008.586 (1,08) ²	\$ 11.018.188 (1,08) ³	\$ 12.096.354 (1,08) ⁴	\$ 30.441.572 (1,08) ⁵
Valor Deflactado	\$ 8.444.408	\$ 8.580.749	\$ 8.746.593	\$ 8.891.181	\$ 20.718.022

Cuadro 67.

TIR PARA INVERSIONISTA

DIFERENCIA ENTRE TASAS UTILIZADAS	SUMA DEL VPN (en valores absolutos)	% DEL TOTAL	AJUSTE AL 1% DE DIFERENCIA DE TASAS	TASAS UTILIZADAS AJUSTADAS TIR
35%	\$ 3.918.951	-865%	8,65	43,6473
34%	\$ 4.372.150	965%	9,65	43,6473
1%	\$ 453.199	100%	1,00	

Con esto se tiene que el proyecto es factible financieramente, ya que el V.P.N arroja resultados positivos, y la TIR es mucho mayor que la tasa de oportunidad lo que demuestra la rentabilidad del mismo.

7.3. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

Ver cuadro 68.

Para realizar este análisis se han elegido como variables de alta incidencia en la vida del proyecto, las disminuciones en el precio y cantidad y el aumento en los costos.

(Vease cuadro 68).

VARIABLE	Aumento		Incremento	
	DATOS	CANTIDAD	COSTO	PRECIO
	ORIGINALES	6	20	6
CANTIDAD	30.810	28.961	30.810	30.810
PRECIO	\$ 3.100	3.100	3.100	2.914
INGRESO TOTAL	\$ 95.511.000	89.780.340	95.511.000	89.780.340
COSTO TOTAL	\$ 76.618.999	82.780.632	88.123.032	82.780.632
UTILIDAD	\$ 9.917.861	2.549.832	2.741.349	2.549.832
UNIDADES P. EQUILIBRIO	20.154	24.815	26.191	26.399
INGRESO PUNTO EQUILIBRIO	\$ 62.476.652	76.926.543	81.191.976	76.926.543
VPN S.F	\$ 29.896.017	5.611.945	6.147.837	5.611.945
VPN C.F	\$ 26.309.569	9.570.883	10.377.577	9.570.883
VPN INVERSIONISTA	\$ 28.213.991	14.025.891	14.902.008	14.025.891
TIR S.F	69,84	33,53	34	34
TIR C.F	63,14	26,45	27	27
TIR INVERSIONISTA	57,01	100,31	109	105
TIR DEFLACTADO	43,65	85,33	94	90
T.I.O	14%	14%	14%	14%
INFLACION	8%	8%	8%	8%

Como se aprecia en el cuadro el proyecto tiene un nivel de sensibilidad bastante alto con respecto las variables escogidas, aunque hay que considerar la naturaleza del proyecto y los costos en que se incurre para su instalación y el precio del mismo también son bastantes altos, así mismo las cantidades proyectadas son mínimas si se tienen en cuenta otras empresas que comercializan este producto en Bogota.

8. PLAN DE IMPLEMENTACION

8.1. TRAMITES LEGALES Y ADMINISTRATIVOS.

En primera instancia se considera la redacción de la minuta de constitución, con la cual, posteriormente se elabora la respectiva escritura publica ante el notario correspondiente. Diligenciada esta se procede con la inscripción en el registro

mercantil. Para lo cual se claridad en el programa de ampliación de tramites para el sector empresarial, con lo cual en un único paso se obtiene.

- inscripción en el registro mercantil y pago del impuesto de registro para Bogota.
- Asignación de NIT e inscripción en el RIT y RUT
- Notificación de apertura del establecimiento a Planeacion Distrital, con lo cual se informa a bomberos, alcaldías locales, DAMA y secretaria de salud.
- Certificado de matricula, existencia y representación legal.
- Registro de libros de comerciante.

Previo a estos registros se consulta el nombre del establecimiento, el antecedente Macario, el uso del suelo para la apertura del establecimiento y la actividad económica, la cual en este caso corresponde a “AL COMERCIO POR MENOR DE HAMBURGUESAS”.

Considerando que la empresa va a funcionar con empleados se hace necesario realizar las siguientes actividades.

- Inscripción en la administración de riesgos profesionales.
- Afiliaciones de los trabajadores a la EPS y fondo de pensiones.
- Afiliación al fondo de cesantías.
- Afiliación a la caja de compensación familiar.

- Elaboración del reglamento interno de trabajo, para lo cual se tiene un modelo preestablecido. vease anexo C.
- Elaborar programa de seguridad industrial y salud ocupacional.

8.2. EJECUCION DEL PROYECTO

* A –constitución legal 3 días.

* B- registro mercantil 2 días.

* C- tramites de créditos 60 días.

* D- tramites de proveedores 5 días.

*E- adquisición de equipos 1 día.

*F- montaje de equipos y muebles. 3 días.

*G- selección y contratación de personal 8 días.

* H- entrenamiento de personal 4 días.

*i- periodo de prueba 3 días.

* J- compra de dotación 1 día.

ANEXO C. DEPRECIACION DE ACTIVOS.

ACTIVOS PRODUCCION

CONCEPTO	AÑOS					VALOR
	1	2	3	4	5	RESIDUAL
VIDA UTIL ESTIMADA 5 AÑOS						
EXTRACTOR DE HUMO	\$ 530.000,0					
Ajustes anuales del activo (8%)	\$ 572.400,0	\$ 618.192,0	\$ 667.647	\$ 721.059	\$ 778.744	
Depreciacion del 20% sobre costo	\$ 114.480	\$ 123.638	\$ 133.529	\$ 144.212	\$ 155.749	\$ -
ajustado		\$ 9.158	\$ 9.891	\$ 10.682	\$ 11.537	
Ajuste a la depreciacion		\$ 9.158	\$ 19.782	\$ 32.047	\$ 46.148	
Total depreciacion sobre costo						
ajustado	\$ 114.480	\$ 132.797	\$ 153.312	\$ 176.259	\$ 201.897	
Depreciacion acumulada	\$ 114.480	\$ 247.277	\$ 400.588	\$ 576.847	\$ 778.744	
Neto del activo	\$ 457.920	\$ 370.915	\$ 267.059	\$ 144.212	\$ -	
SUBTOTAL						\$ -

CONCEPTO	AÑOS					VALOR
	1	2	3	4	5	RESIDUAL
VIDA UTIL ESTIMADA 10 AÑOS						
PLANCHON	\$ 180.000,0					
Ajustes anuales del activo (8%)	\$ 194.400,0	\$ 209.952,0	\$ 226.748	\$ 244.888	\$ 264.479	
Depreciacion del 10% sobre costo	\$ 19.440	\$ 20.995	\$ 22.675	\$ 24.489	\$ 26.448	\$ -
ajustado		\$ 1.555	\$ 1.680	\$ 1.814	\$ 1.959	
Ajuste a la depreciacion		\$ 1.555	\$ 3.359	\$ 5.442	\$ 7.836	
Total depreciacion sobre costo						
ajustado	\$ 19.440	\$ 22.550	\$ 26.034	\$ 29.931	\$ 34.284	
Depreciacion acumulada	\$ 19.440	\$ 41.990	\$ 68.024	\$ 97.955	\$ 132.240	
Neto del activo	\$ 174.960	\$ 167.962	\$ 158.724	\$ 146.933	\$ 132.240	
SUBTOTAL						\$ 132.240

CONCEPTO	AÑOS					VALOR
	1	2	3	4	5	RESIDUAL
VIDA UTIL ESTIMADA 10 AÑOS						
NEVERA 9 PIES	\$ 700.000,0					
Ajustes anuales del activo (8%)	\$ 756.000,0	\$ 816.480,0	\$ 881.798	\$ 952.342	\$ 1.028.530	
Depreciacion del 10% sobre costo	\$ 75.600	\$ 81.648	\$ 88.180	\$ 95.234	\$ 102.853	\$ -
ajustado		\$ 6.048	\$ 6.532	\$ 7.054	\$ 7.619	
Ajuste a la depreciacion		\$ 6.048	\$ 13.064	\$ 21.163	\$ 30.475	
Total depreciacion sobre costo						
ajustado	\$ 75.600	\$ 87.696	\$ 101.244	\$ 116.397	\$ 133.328	
Depreciacion acumulada	\$ 75.600	\$ 163.296	\$ 264.540	\$ 380.937	\$ 514.265	
Neto del activo	\$ 680.400	\$ 653.184	\$ 617.259	\$ 571.405	\$ 514.265	
SUBTOTAL						\$ 514.265

CONCEPTO	AÑOS					VALOR
	1	2	3	4	5	RESIDUAL
VIDA UTIL ESTIMADA 5 AÑOS						
TAJADORA	\$ 2.400.000,0					
Ajustes anuales del activo (8%)	\$ 2.592.000,0	\$ 2.799.360,0	\$ 3.023.309	\$ 3.265.174	\$ 3.526.387	

Depreciacion del 20% sobre costo	\$ 518.400	\$ 559.872	\$ 604.662	\$ 653.035	\$ 705.277	\$ -
ajustado		\$ 41.472	\$ 44.790	\$ 48.373	\$ 52.243	
Ajuste a la depreciacion		\$ 41.472	\$ 89.580	\$ 145.119	\$ 208.971	
Total depreciacion sobre costo						
ajustado	\$ 518.400	\$ 601.344	\$ 694.241	\$ 798.154	\$ 914.249	
Depreciacion acumulada	\$ 518.400	\$ 1.119.744	\$ 1.813.985	\$ 2.612.139	\$ 3.526.387	
Neto del activo	\$ 2.073.600	\$ 1.679.616	\$ 1.209.324	\$ 653.035	\$ -	
SUBTOTAL						\$ -

CONCEPTO	AÑOS					VALOR
	1	2	3	4	5	RESIDUAL
VIDA UTIL ESTIMADA 10 AÑOS						
CAJA REGISTRADORA	\$ 2.800.000,0					
Ajustes anuales del activo (8%)	\$ 3.024.000,0	\$ 3.265.920,0	\$ 3.527.194	\$ 3.809.369	\$ 4.114.119	
Depreciacion del 10% sobre costo	\$ 302.400	\$ 326.592	\$ 352.719	\$ 380.937	\$ 411.412	\$ -
ajustado		\$ 24.192	\$ 26.127	\$ 28.218	\$ 30.475	
Ajuste a la depreciacion		\$ 24.192	\$ 52.255	\$ 84.653	\$ 121.900	
Total depreciacion sobre costo						
ajustado	\$ 302.400	\$ 350.784	\$ 404.974	\$ 465.590	\$ 533.312	
Depreciacion acumulada	\$ 302.400	\$ 653.184	\$ 1.058.158	\$ 1.523.748	\$ 2.057.059	
Neto del activo	\$ 2.721.600	\$ 2.612.736	\$ 2.469.036	\$ 2.285.621	\$ 2.057.059	
SUBTOTAL						\$ 2.057.059

CONCEPTO	AÑOS					VALOR
	1	2	3	4	5	RESIDUAL
VIDA UTIL ESTIMADA 5 AÑOS						
HERRAMIENTAS	\$ 60.000,0					
Ajustes anuales del activo (8%)	\$ 64.800,0	\$ 69.984,0	\$ 75.583	\$ 81.629	\$ 88.160	
Depreciacion del 20% sobre costo	\$ 12.960	\$ 13.997	\$ 15.117	\$ 16.326	\$ 17.632	\$ -
ajustado		\$ 1.037	\$ 1.120	\$ 1.209	\$ 1.306	
Ajuste a la depreciacion		\$ 1.037	\$ 2.239	\$ 3.628	\$ 5.224	
Total depreciacion sobre costo						
ajustado	\$ 12.960	\$ 15.034	\$ 17.356	\$ 19.954	\$ 22.856	
Depreciacion acumulada	\$ 12.960	\$ 27.994	\$ 45.350	\$ 65.303	\$ 88.160	
Neto del activo	\$ 51.840	\$ 41.990	\$ 30.233	\$ 16.326	\$ -	
SUBTOTAL						\$ -
	\$ 1.043.280,0	\$ 1.210.204,8	\$ 1.397.160,6	\$ 1.606.284,0	\$ 1.839.925,3	\$ 2.703.564

CONCEPTO	AÑOS					VALOR
	1	2	3	4	5	RESIDUAL
VIDA UTIL ESTIMADA 5 AÑOS						
COMPUTADOR	\$ 1.200.000,0					
Ajustes anuales del activo (8%)	\$ 1.296.000,0	\$ 1.399.680,0	\$ 1.511.654	\$ 1.632.587	\$ 1.763.194	
Depreciacion del 20% sobre costo	\$ 259.200	\$ 279.936	\$ 302.331	\$ 326.517	\$ 352.639	
ajustado		\$ 20.736	\$ 22.395	\$ 24.186	\$ 26.121	
Ajuste a la depreciacion		\$ 20.736	\$ 44.790	\$ 72.559	\$ 104.486	
Total depreciacion sobre costo						
ajustado	\$ 259.200	\$ 300.672	\$ 347.121	\$ 399.077	\$ 457.124	
Depreciacion acumulada	\$ 259.200	\$ 559.872	\$ 906.993	\$ 1.306.069	\$ 1.763.194	
Neto del activo	\$ 1.036.800	\$ 839.808	\$ 604.662	\$ 326.517	\$ -	

SUBTOTAL										\$ -
----------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	------

CONCEPTO	AÑOS					VALOR
----------	------	--	--	--	--	-------

CONCEPTO	AÑOS					VALOR
	1	2	3	4	5	RESIDUAL
VIDA UTIL ESTIMADA 10 AÑOS						
EQUIPOS VARIOS DE OFICINA	\$ 336.000,0					
Ajustes anuales del activo (8%)	\$ 362.880,0	\$ 391.910,4	\$ 423.263	\$ 457.124	\$ 493.694	
Depreciacion del 10% sobre costo	\$ 36.288	\$ 39.191	\$ 42.326	\$ 45.712	\$ 49.369	
ajustado		\$ 2.903	\$ 3.135	\$ 3.386	\$ 3.657	
Ajuste a la depreciacion		\$ 2.903	\$ 6.271	\$ 10.158	\$ 14.628	
Total depreciacion sobre costo						
ajustado	\$ 36.288	\$ 42.094	\$ 48.597	\$ 55.871	\$ 63.997	
Depreciacion acumulada	\$ 36.288	\$ 78.382	\$ 126.979	\$ 182.850	\$ 246.847	
Neto del activo	\$ 326.592	\$ 313.528	\$ 296.284	\$ 274.275	\$ 246.847	
SUBTOTAL						\$ 246.847

CONCEPTO	AÑOS					VALOR
	1	2	3	4	5	RESIDUAL
VIDA UTIL ESTIMADA 10 AÑOS						
MUEBLES VARIOS OFICINA	\$ 1.174.000,0					
Ajustes anuales del activo (8%)	\$ 1.267.920,0	\$ 1.369.353,6	\$ 1.478.902	\$ 1.597.214	\$ 1.724.991	
Depreciacion del 10% sobre costo	\$ 126.792	\$ 136.935	\$ 147.890	\$ 159.721	\$ 172.499	\$ -
ajustado		\$ 10.143	\$ 10.955	\$ 11.831	\$ 12.778	
Ajuste a la depreciacion		\$ 10.143	\$ 21.910	\$ 35.494	\$ 51.111	
Total depreciacion sobre costo						
ajustado	\$ 126.792	\$ 147.079	\$ 169.800	\$ 195.215	\$ 223.610	
Depreciacion acumulada	\$ 126.792	\$ 273.871	\$ 443.671	\$ 638.886	\$ 862.496	
Neto del activo	\$ 1.141.128	\$ 1.095.483	\$ 1.035.231	\$ 958.328	\$ 862.496	
SUBTOTAL						\$ 862.496

CONCEPTO	AÑOS					VALOR
	1	2	3	4	5	RESIDUAL
VIDA UTIL ESTIMADA 5 AÑOS						
MESA PLASTICA	\$ 162.000,0					
Ajustes anuales del activo (8%)	\$ 174.960,0	\$ 188.956,8	\$ 204.073	\$ 220.399	\$ 238.031	
Depreciacion del 20% sobre costo	\$ 34.992	\$ 37.791	\$ 40.815	\$ 44.080	\$ 47.606	
ajustado		\$ 2.799	\$ 3.023	\$ 3.265	\$ 3.526	
Ajuste a la depreciacion		\$ 2.799	\$ 6.047	\$ 9.796	\$ 14.106	
Total depreciacion sobre costo						
ajustado	\$ 34.992	\$ 40.591	\$ 46.861	\$ 53.875	\$ 61.712	
Depreciacion acumulada	\$ 34.992	\$ 75.583	\$ 122.444	\$ 176.319	\$ 238.031	
Neto del activo	\$ 139.968	\$ 113.374	\$ 81.629	\$ 44.080	\$ -	
SUBTOTAL						\$ -

SUBTOTAL ACTIVOS ADMINISTRATIVOS	\$ 457.272,0	\$ 530.435,5	\$ 612.378,7	\$ 704.037,9	\$ 806.443,4
TOTAL DEPRECIACIONES	\$ 1.500.552	\$ 1.740.640	\$ 2.009.539	\$ 2.310.322	\$ 2.646.369
ACTIVOS FIJOS AJUSTADOS	\$ 10.305.360	\$ 11.129.789	\$ 12.020.172	\$ 12.981.786	\$ 14.020.329
	\$ 9.542.000,0	DEPRECIACION ACUMULADA			\$ 10.207.422
	1,08				\$ 3.812.906
ACTIVOS FIJOS INICIALES	\$ 9.542.000				
	\$ 10.305.360	\$ 11.129.789	\$ 12.020.172	\$ 12.981.786	\$ 14.020.329
DEPRECIACION ACUMULADA	\$ 10.207.422				
TOTAL VALOR RESIDUAL	\$ 3.812.906				

9 -CONCLUSIONES

- **ESTUDIO DE MERCADO.**

Las actividades desarrolladas hasta ahora han permitido plantear y desarrollar los aspectos básicos del estudio de mercado, sobre los cuales se debe tener suficiente claridad en un proyecto de inversión, por cuanto existen las condiciones para emitir conclusiones al proyecto.

Las conclusiones deben referirse a los resultados obtenidos a través de las actividades de investigación, incluyendo tanto los aspectos favorables como los desfavorables encontrados, en materia de productos, consumidores, demanda, oferta, precio, comercialización e insumos.

Algo de gran importancia es determinar la demanda para el producto, la cual será expresada en términos cuantitativos.

Según este estudio hay una demanda insatisfecha de 55787 unidades de hamburguesa anuales, según encuestas realizadas en el sector de Engativa.

- **ESTUDIO TÉCNICO**

Según el estudio de mercado se diseñó la planta con una capacidad de 43000 unidades anuales pero el tamaño será de 31000 unidades lo que quiere decir que se utilizará el 55 % y una capacidad ociosa del 45%. La cual será instalada en el sector de Engativa teniendo en cuenta que allí no hay establecimientos de este tipo de alimentos con cuatro empleados, inicialmente.

- **ESTUDIO FINANCIERO**

En el estudio financiero determinamos que es un proyecto viable debido a que el P.V.N ES POSITIVO con y sin financiamiento y es un proyecto que arroja una utilidad neta de 1'258.592. en el primer año se recibirán unos ingresos de 86'800.000 millones de pesos. También podemos ver según el punto de equilibrio se deben elaborar 26857 unidades para no tener ni pérdidas ni utilidades.

También podemos ver que la TIR mayor que la .

CONTENIDO DE CUADROS Y GRAFICOS

CUADRO 1 Y GRAFICO 1. DEMANDA HISTORICA.

CUADRO 2. DEMANDA ACTUAL Y PRYECCION.

CUADRO 3 DEMANDA TOTAL PROYECTADA Y GRAFICO 2

CUADRO 4 OFERTA HISTORICA Y GRAFICO 3

CUADRO 5A OFERTA PROYECTADA

CUADRO 5B OFERTA TOTAL Y GRAFICO 4

CUADRO 6 EVOLUCION HISTORICA DE PRECIOS.

CUADRO 7 Y GRAFICO 6 TIPO DE DEMANDA

CUADRO 8 IDENTIFICACION DE INSUMOS

CUADRO 9 INVERSION EN ACTIVOS DIFERIDOS Y ANEXO 1

CUADRO 10 Y GRAFICO 6 TAMAÑO

CUADRO 11 MACROLOCALIZACION

CUADRO 12 MICROLOCALIZACION

CUADRO 13 MATERIAS PRIMAS DIRECTAS

CUADRO 14 MATERIALES EMPAQUES

CUADRO 15 MATERIALES NO INCORPORADOS AL PRODUCTO.

CUADRO 16 ELEMENTOS IMPRODUCTIVOS

CUADRO 17 PROGRAMA DE PRODUCCIÓN

CUADRO 18 EQUIPOS DE PROCESO PRODUCTIVO

CUADRO 19 MUEBLES Y ENSERES

CUADRO 20 MANO DE OBRA DIRECTA

CUADRO 21 ESTRUCTURA DE PLANTA

CUADRO 22 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

CUADRO 23 MAQUINARIA Y EQUIPO

CUADRO 24 INMUEBLES

CUADRO 25 PROGRAMA DE INVERSIÓN FIJA DEL PROYECTO

CUADRO 26 INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO

VALOR RESIDUAL 26

CUADRO 27 COSTOS DE MATERIA PRIMA DIRECTA E INDIRECTA

CUADRO 28 COSTOS DE MANO DE OBRA DIRECTA Y ADMINISTRATIVAS

CUADRO 29 PRESUPUESTOS DE INGRESOS POR VENTAS

CUADRO 30 DISTRIBUCIÓN DE COSTOS GRÁFICO 7 PUNTO DE EQUILIBRIO.

CUADRO 31 FLUJO DE OPERACIONES SIN FINANCIAMIENTO

CUADRO 32 FLUJO FINANCIERO NETO DEL PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO

CUADRO 33 FLUJO NETO DE OPERACIÓN CON FINANCIAMIENTO.

CUADRO 34 FLUJO FINANCIERO NETO CON FINANCIAMIENTO

CUADRO 35 FLUJO DE INVERSIÓN DEL INVERSIONISTA

CUADRO 36 FLUJO DE OPERACIÓN DEL INVERSIONISTA

CUADRO 37 FLUJO FINANCIERO NETO DEL INVERSIONISTA

CUADRO 38 A BALANCE GENERAL

CUADRO 38 B ESTADO DE RESULTADOS

CUADRO 39 VPN SIN FINANCIAMIENTO

CUADRO 40 VPN CON FINANCIAMIENTO

CUADRO 41 VPN PARA EL INVERSIONISTA

CUADRO 42 TIR SIN FINANCIAMIENTO

CUADRO 43 TIR CON FINANCIAMIENTO

CUADRO 44 TIR PARA EL INVERSIONISTA