

Rapi Delicias en la ciudad de Villavicencio: Plan de negocios

Modalidad de grado

Plan de negocios



Estudiantes

Jessica Alejandra Noreña Rivas ID: 547524

Edwar Yesid Mora Barbosa ID: 533464

Universidad Cooperativa de Colombia
Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables
Programa de Contaduría Pública
Villavicencio, Meta
2022

Rapi Delicias en la ciudad de Villavicencio: Plan de negocios

Modalidad de grado

Plan de negocios

Estudiantes

Jessica Alejandra Noreña Rivas – ID: 547524

Edwar Yesid Mora Barbosa – ID: 533464

Informe de trabajo de grado como requisito previo para optar al título de Contador

Publico

Director

Aldemar Franco Montenegro
Magister en Ingeniería Ambiental

AUTORIDADES ACADÉMICAS
UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA

Dra. MARITZA RONDÓN RANGEL
Rectora

Dr. CESAR AUGUSTO PEREZ LONDOÑO
Director Sede Villavicencio

Dra. LINA PAOLA VASQUEZ AVILA
Decana Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables

Dra. EDNA RUTH AYALA MILLAN
Jefe de programa Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables

Dra. JANETH LOZANO LOZANO
Coordinación de Investigaciones Programa Contaduría Pública

Villavicencio, 2022

Declaración de honestidad

Los estudiantes

Jessica Alejandra Noreña Rivas – ID: 547524

Edwar Yesid Mora Barbosa – ID: 533464

Declaran que:

El presente trabajo de grado titulado “Restaurante Rapi Delicias: Plan de Negocios”, en la ciudad de Villavicencio” ha sido desarrollado bajo la modalidad de Plan de Negocios, el cual se ha elaborado respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al interior del documento y la presentación de sus respectivas referencias.

Por tanto, este trabajo es de nuestra autoría, y en virtud de esta declaración, nos responsabilizamos de la información presentada en este documento y declaramos que la Facultad de Ciencias económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Cooperativa de Colombia verifica el cumplimiento de las condiciones mínimas requeridas científicamente y de manejo ético”.

Edwar Yesid Mora

Edwar Yesid Mora Barbosa
Firma estudiante

Jessica Noreña R.

Jessica Alejandra Noreña Rivas
Firma estudiante

Dedicatoria

Hoy, he terminado una gran meta en mi vida, es por esto que quiero dedicar este trabajo de grado a las personas más especiales en mi vida.

A mi Mama Milena Noreña Rivas, por ser ese pilar fundamental que me fortalece e inspira día tras día para continuar creciendo día a día ser ese ser tan especial para apoyarme.

A mi Abuelita Luz Amparo Rivas, por estar pendiente de todo este proceso.

A mi Papa Juan David Guzmán, por ser esa persona paciente y motivadora, por su apoyo constante e incondicional, quién con su amor y dedicación me impulsa a ser mejor persona cada día.

Jessica Noreña

Dedicatoria

Mi dedicatoria va primero que todo a mi Dios ya que es el pilar más importante en mi vida, a mis familiares, pero en especial a mi madre María Amelia Moreno y a mi hermana Allison Dayanna Barbosa, que siempre estuvieron hay apoyándome y motivándome para que yo pueda culminar mis estudios con éxito.

Edwar Mora

Agradecimientos

Queremos extender un profundo agradecimiento a quienes hicieron posible la culminación de esta maravillosa etapa, primero a Dios, por guiarnos en todo momento y permitirnos culminar con éxito de nuestra tan anhelada carrera, a nuestra familia y amigos, porque siempre creyeron en nuestras capacidades intelectuales y personales.

Nuestra gratitud es también, para docentes de la universidad Cooperativa de Colombia, por suministrarme los conocimientos necesarios para terminar satisfactoriamente cada una de las asignaturas, agradecemos especialmente a nuestro asesor de práctica, el profesor Aldemar Franco Montenegro, quién con sus aportes y acompañamiento en el desarrollo de esta práctica, se alcanzado un propósito profesional.

Tabla de contenido

IDENTIFICACIÓN	12
Resumen	13
INTRODUCCIÓN	15
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACION	16
1.1 Descripción del problema	16
1.2 Formulación del problema	17
1.3 Sistematización del problema.....	17
1.4 Justificación.....	17
2. OBJETIVOS	19
2.1 Objetivo general	19
2.2 Objetivos específicos	19
3. RESUMEN EJECUTIVO.....	20
4. METODOLOGIA	21
4.1 Universo, población y muestra.....	21
4.2 Técnicas e instrumentos.....	22
4.3 Operacionalización de los objetivos	22
5. MARCO REFERENCIAL.....	25
5.1 Estado del arte	25
5.2 Marco teórico	27
5.3 Marco conceptual	30
5.4 Marco geográfico.....	30
5.5 Marco legal.....	31
6. RESULTADOS.....	33
6.1 Estudio de mercado.....	33
6.2 Estructura organizacional, legal y técnica del restaurante Rapi Delicias	42
<u>6.2.1</u> Base teórica para la creación del restaurante.....	42

6.2.2 Misión	42
<u>6.2.3 Visión</u>	<u>43</u>
<u>6.2.4 Organigrama</u>	<u>43</u>
<u>6.2.5 Manual de funciones</u>	<u>44</u>
<u>6.2.6 Logotipo</u>	<u>46</u>
<u>6.2.7 Valores corporativos</u>	<u>47</u>
<u>6.2.8 Tipo de sociedad</u>	<u>47</u>
<u>6.2.9 Estado actual del negocio</u>	<u>48</u>
<u>6.2.10 Análisis de la categoría</u>	<u>48</u>
<u>6.2.11 Productos para ofrecer</u>	<u>48</u>
6.3 Aspectos Financieros	50
<u>6.3.1 Resumen de Inversiones Requeridas</u>	<u>50</u>
<u>6.3.2 Proyecciones de costos.....</u>	<u>51</u>
<u>6.3.3 Proyecciones de ventas y rentabilidad</u>	<u>56</u>
<u>6.3.4 Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad</u>	<u>58</u>
7. RECOMENDACIONES	64
8. REFERENCIAS	65
Firmas de compromiso y aval para sustentar	67
Anexos.....	68

Lista de tablas

Tabla 1. <i>Operacionalización de los objetivos</i>	22
Tabla 2. <i>Investigaciones Referentes a Ideas de Negocios a Restaurantes</i>	25
Tabla 3. <i>Modelo Canvas</i>	28
Tabla 4. <i>Normatividad de la empresa</i>	32
Tabla 5. <i>Manual de funciones</i>	44
Tabla 6. <i>Cartas de productos a ofrecer</i>	49
Tabla 7. <i>Equipos de Inversión inicial</i>	50
Tabla 8. <i>Inversión de Muebles y Enseres</i>	51
Tabla 9. <i>Costos de producción de cada plato</i>	52
Tabla 10. <i>Total costos producción de productos anual</i>	53
Tabla 11. <i>Costos mensuales de producción en los 2 primeros años</i>	54
Tabla 12. <i>Gastos Operacionales del Restaurante</i>	56
Tabla 13. <i>Inversión en maquinaria, equipos, muebles y enseres</i>	58
Tabla 14. <i>Estados Resultados Integral</i>	58
Tabla 15. <i>Estados financieros</i>	60

Lista de figuras

Figura 1. <i>Mapa acceso al restaurante</i>	31
Figura 2. <i>Genero de encuestados</i>	33
Figura 3. <i>¿A qué rango de edad pertenece?</i>	34
Figura 4. <i>¿Consume usted comidas rápidas?</i>	34
Figura 5. <i>¿Cuál es el estrato a que pertenece?</i>	35
Figura 6. <i>¿Cuál es tu cadena favorita?</i>	36
Figura 7. <i>¿Con que frecuencia visita los sitios de comidas rápidas?</i>	36
Figura 8. <i>¿Con cuál bebida le gusta acompañar sus alimentos?</i>	37
Figura 9. <i>¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato de comida rápida?</i>	38
Figura 10. <i>¿Qué elemento influye en la selección de ir a un sitio de comidas rápidas?</i>	38
Figura 11. <i>¿Le gustaría que el restaurante “Rapi Delicias” ofrezca el servicio de domicilio?</i> .	39
Figura 12. <i>¿Cómo le gustaría el diseño del empaque?</i>	39
Figura 13. <i>¿Qué tipo de plato es de su mayor agrado?</i>	40
Figura 14. <i>¿Qué tipo de agregados “salsas” prefiere para sus comidas rápidas?</i>	40
Figura 15. <i>¿En qué momento del día, prefiere asistir a un restaurante de comidas rápidas?</i>	41
Figura 16. <i>¿Qué método de publicidad atrapa más su atención?</i>	41
Figura 17. <i>Organigrama Empresarial</i>	44
Figura 18. <i>Logo empresarial</i>	46
Figura 19. <i>Costo de nomina</i>	55
Figura 20. <i>Prestaciones sociales y seguridad social</i>	55
Figura 21. <i>Proyección de ventas año 2022</i>	57
Figura 22. <i>Proyección de ventas año 2023</i>	57

Lista de Anexos

Anexo A. Encuesta o entrevista (Instrumento).....	69
Anexo A 1. <i>Evidencia encuesta</i>	69
Anexo A 2. <i>Resultado encuesta pregunta 1</i>	69
Anexo A 3. <i>Resultado encuesta pregunta 2</i>	70
Anexo A 4. <i>Resultado encuesta pregunta 3</i>	70
Anexo A 5. <i>Resultado encuesta pregunta 4</i>	70
Anexo A 6. <i>Resultado encuesta pregunta 5</i>	70
Anexo A 7. <i>Resultado encuesta pregunta 6</i>	71
Anexo A 8. <i>Resultado encuesta pregunta 7</i>	71
Anexo A 9. <i>Resultado encuesta pregunta 8</i>	71
Anexo A 10. <i>Resultado encuesta pregunta 9</i>	72
Anexo A 11. <i>Resultado encuesta pregunta 10</i>	72
Anexo A 12. <i>Resultado encuesta pregunta 11</i>	72
Anexo A 13. <i>Resultado encuesta pregunta 12</i>	73
Anexo A 14. <i>Resultado encuesta pregunta 13</i>	73
Anexo A 15. <i>Resultado encuesta pregunta 14</i>	73
Anexo A 16. <i>Resultado encuesta pregunta 15</i>	74
Anexo B. Inscripción CVLAC	75
https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/EnRecursoHumano/query.do	75
Anexo C. imagen registro ORCID.....	76
Anexo F. Aval del profesor	77

IDENTIFICACIÓN

Título: Rapi Delicias en la ciudad de Villavicencio: Plan de negocios

Modalidad de grado: Plan de negocios

Línea de Investigación: Contabilidad, gestión e innovación

Grupo de investigación: G-DOVAZ – Gestión de desarrollo organizacional, contable, de aseguramiento y de objetos virtuales de aprendizaje

Resumen

Rapi delicias se denomina al plan de negocio que busca ofrecer a sus clientes una variedad de platos para los diferentes gustos. El objetivo es lograr satisfacer las necesidades de los clientes, prestándoles un servicio de alta calidad. Igualmente, la implementación del negocio contribuye a la formación de empresas en la región y ayuda a crear nuevos puestos de trabajo que permitan mejorar la calidad de vida de las personas que hacen parte de este negocio. La metodología usada en el desarrollo del plan de negocios propone un esquema descriptivo, el cual describe y evalúa ciertas características del mercado y del barrio donde se pretende implementar el negocio. Por ejemplo, describe las expectativas de los clientes y necesidades al momento de adquirir un servicio en un restaurante, así como sus gustos y preferencias, lo que permite extraer información para desarrollar la segmentación del público objetivo del restaurante. Para ello se aplicó una encuesta dirigida a aleatoriamente a 170 personas del sector Parcelas de San Carlos de la ciudad de Villavicencio – Meta. La información obtenida permitió el análisis de las diferentes variables que se requieren en el estudio de mercado, reconociendo la viabilidad del plan de negocios. Se da como resultado que, el 85% de las personas encuestadas del sector da como buena idea, y manifiestan estar de acuerdo de que este emprendimiento se lleve a cabo. En conclusión, una vez determinada la viabilidad del proyecto se elaborará las respectivas proyecciones del restaurante donde el estudio devela la necesidad de que en este sector se implemente un negocio ya que no existe en el lugar, llegando, a determinar así mismo los gastos, y los ingresos de acuerdo al análisis del mercado aplicado a la población. Con base a estos resultados se crea las estrategias de mercado y administrativas para poner en marcha el Restaurante Rapi Delicias.

Palabras clave: emprendimiento, servicio de calidad, generación de empleo, plan de negocio, clientes.

Abstract

Rapi Delights is called the business plan that seeks to offer its customers a variety of dishes for different tastes. The goal is to satisfy the needs of customers, providing them with a high quality service. Likewise, the implementation of the business contributes to the formation of companies in the region and helps create new jobs that allow improving the quality of life of the people who are part of this business. The methodology used in the development of the business plan proposes a descriptive scheme, which describes and evaluates certain characteristics of the market and the neighborhood where the business is to be implemented. For example, it describes customer expectations and needs when purchasing a service in a restaurant, as well as their tastes and preferences, which allows extracting information to develop the segmentation of the restaurant's target audience. For this, a survey was applied randomly to 170 people from the Parcelas de San Carlos sector in the city of Villavicencio - Meta. The information obtained allowed the analysis of the different variables that are required in the market study, recognizing the viability of the business plan. The result is that 85% of the people surveyed in the sector consider it a good idea, and they agree that this undertaking is carried out. In conclusion, once the feasibility of the project has been determined, the respective projections of the restaurant will be elaborated, the study reveals the need for a business to be implemented in this sector since it does not exist in the place, thus determining the costs, expenses, prices of sale according to the analysis of the market applied to the population. Based on these results, market and administrative strategies are created to launch the Rapi Delicias Restaurant.

Keywords: entrepreneurship, quality service, job creation, business plan, clients.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene la finalidad de determinar y conocer la factibilidad de la creación de una empresa denominada Rapi Delicias, en la ciudad de Villavicencio, Colombia, el restaurante tiene como objetivo brindar una serie de productos y un servicio de alta calidad, con el fin de satisfacer sus necesidades.

El trabajo muestra 6 secciones, iniciando con un resumen ejecutivo en el que se refleja una visión de lo que se presenta en el proyecto, conociendo los detalles y las necesidades que se presentan durante su debida puesta en marcha. Una metodología que propone, las técnicas, métodos y procedimientos que se tienen en cuenta para el restaurante Rapi Delicias. Diferenciando fuentes se construye un marco teórico, que nos indica la información científica de lo que se va a investigar, dando ideas de cómo llevar a cabo el estudio de mercado. Los resultados que se exponen por medio de una encuesta propuesta a 170 personas, donde se le pregunto sobre aspectos claves que permiten determinar la necesidad de la implementación del restaurante Rapi Delicias en el barrio Parcelas de San Carlos, donde se conoce la viabilidad para el funcionamiento del restaurante de comidas rápidas. Se establece un organigrama que le permita a la empresa desarrollar sus actividades con un orden jerárquico, además se ha elaborado un manual de funciones para que cada empleado cumpla con sus funciones de forma ordenada. De otra parte, se han establecido los pasos que se necesitan para que Rapi Delicias nazca como persona jurídica y de esta manera poder cumplir con las obligaciones tributarias y legales. Finalmente, se ha establecido un presupuesto que muestra los posibles ingresos, costos de producción, los gastos y todo lo necesario para que la empresa inicie sus actividades. La presentación de los anteriores rubros se hace mediante los estados financieros donde se muestra la posible rentabilidad.

Rapi Delicias presenta una propuesta de valor que busca satisfacer las necesidades del cliente a través de un buen servicios, ambiente agradable y a un precio competitivo en el mercado, ofreciendo alimentos de comidas rápidas en el sector ya que no se cuenta con ningún restaurante de este tipo, la propuesta permitirá por medio de estrategias de innovación ofrecera los metenses y demás visitantes un nuevo establecimiento de comidas que tenga variedad de productos, precios razonables, lugar acogedor, espacios para compartir en familia y amigos.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACION

Se plantea un plan de negocio para la creación de un restaurante de comidas rápidas en la ciudad de Villavicencio-Meta, con el fin de obtener rentabilidad y viabilidad, por medio de la prestación de un servicio agradable, dado que en el barrio Parcelas de San Carlos, se evidencia que no se cuenta con algún tipo de restaurante dedicado a las preparaciones de comidas rápidas.

Por otro lado, este tipo de comidas rápidas no es muy sana y no posee los nutrientes necesarios y adecuados, en la que con lleva a un incremento de obesidad en aquellas personas que consumen paulatinamente este tipo de comidas, generando enfermedades en el corazón, problemas cardiovasculares e infartos, entre otras, llegando a cabo la muerte, lo anterior es una oportunidad para implementar una gran variedad de platos balanceados, para que se nutran nuestros consumidores sin causar algún daño en su organismo.

Según el DANE, para el año 2019 Villavicencio se ubicó entre las 10 ciudades con mayor índice de desempleo, por tal motivo se diseña este plan de negocio, teniendo en cuenta estrategias de mercado que será de gran ayuda al momento de ejecutar dicha idea, esto con el fin de lograr generación de empleo a un tal determinado número de personas.

1.1 Descripción del problema

Diagnóstico: En la ciudad de Villavicencio se ha presentado variedad de problemas debido a la situación de la pandemia que ha afectado a gran parte del país por medio de la llegada del virus (COVID19), afectando a que las personas puedan optar por mayores oportunidades de empleo, por la limitante falta de oportunidades, un factor que se considera importante es la escasa oferta laboral existente actualmente, para personas sin experiencia. Debido a esto se decide llevar a cabo este plan de negocio del restaurante de comidas rápidas en donde se pueda ayudar a las personas que verdaderamente lo necesitan, para aportar a la comunidad una contratación de hasta 6 personas de la ciudad de Villavicencio en donde incluya a hombres y mujeres jóvenes con o sin experiencia, pero con las ganas de salir adelante.

Los ciudadanos gastan más en comidas fuera del hogar debido a esta situación, nace una oportunidad para atender las necesidades de consumir alimentos preparados de manera ágil, oportuna con ingredientes 100% naturales para la mayoría de habitantes del barrio Parcelas San Carlos de la ciudad de Villavicencio. En relación con lo expuesto anteriormente, se considera organizar un restaurante donde se permita brindar un servicio de alta calidad, logrando la comodidad de nuestros clientes.

1.2 Formulación del problema

¿Cómo crear un plan de negocios de un restaurante de comidas rápidas en la ciudad de Villavicencio barrio Parcelas San Carlos?

1.3 Sistematización del problema

¿Cómo analizar las condiciones del mercado acordes con la actividad económica de la empresa, mediante la aplicabilidad de una encuesta?

¿Cómo establecer una estructura organizacional que muestre la forma de distribución de tareas en la empresa, incluyendo a su vez los diferentes diseños?

¿Cómo determinar el presupuesto necesario para la creación de la empresa, verificando cuál sería su posible rentabilidad que generaría la creación de esta?

1.4 Justificación

Se decide crear esta idea de negocio de comidas rápidas para buscar una alternativa de ingresos para los creadores, apoyar al barrio en el desarrollo del comercio local, ayudar a la comunidad para que encuentre en la localidad los alimentos que ellos desean, apoyar en algo a la creación de nuevos empleos, sin olvidar que en Villavicencio se encuentran más de 100 restaurantes dedicados a las comidas rápidas, pero con este plan se trata de dar los servicios y la variedad de diferentes platos, por medio de algunas innovaciones, para que los clientes se sientan satisfechos por los precios, un ambiente acogedor y un excelente servicio en un grato ambiente familiar, de la misma manera “Rapi Delicias” pretende ayudar a disminuir la tasa de desempleo en esta ciudad, incentivando a los clientes a vivir nuevas experiencias.

Mediante este proyecto, se intenta desarrollar un plan de negocio que permita la creación de una empresa que a largo plazo se convierta en líder en la ciudad de Villavicencio en el rubro gastronómico de comidas rápidas, a través de productos innovadores.

La principal motivación para la creación de esta empresa radica en profundo deseo de independencia profesional y autorrealización. Crear esta empresa implica demostrar habilidades, destrezas y competencias, que específicamente debe desarrollar cada trabajador, La creación de un local de comidas rápidas, surge de la necesidad básica de alimentación y de acortar los tiempos de espera de las personas que utilizan el servicio público del restaurante para aquellos que deseen comer fuera de sus casas, la idea de negocio se ubicará cercano a las casas campestres y estará dedicado principalmente a aquellas personas que finalizando su jornada laboral o de estudio puedan contar con la posibilidad de acceder a un producto económico y de rápida elaboración. De

esta manera, al ofrecer productos de calidad a un precio razonable se podrá ser competitivo en el mercado y cumplir con los objetivos de largo plazo.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo general

Diseñar un estudio de plan de negocios de un restaurante de comidas rápidas en la ciudad de Villavicencio barrio Parcelas San Carlos.

2.2 Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado para determinar las características, necesidades y aspectos comerciales a tener presente en la creación del restaurante Rapi Delicias, en la ciudad de Villavicencio.
- Establecer una estructura organizacional, metodológica, legal, técnica y operativa, que muestre la forma de distribución de tareas del restaurante Rapi Delicias en la ciudad de Villavicencio.
- Organizar el plan financiero necesario para la creación del restaurante Rapi Delicias, verificando cuál sería su posible rentabilidad que generaría la creación de esta en la ciudad de Villavicencio.

3. RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de grado se elabora con el fin de responder a la necesidad de las personas de Parcelas de San Carlos en encontrar un lugar donde puedan compartir con sus amigos, familia, y demás, también en crear un espacio innovador y creativo para llamar la atención de los clientes de la ciudad de Villavicencio y del mismo modo apoyar la economía, dicho plan de negocios permite en el desarrollo de brindar un servicio de restaurante de comidas rápidas en este sector.

El objetivo central del presente plan de negocio es diseñar un estudio de plan de negocios de un restaurante de comidas rápidas en la ciudad de Villavicencio barrio Parcelas San Carlos. Para ello, se implementó una encuesta a una población de 170 personas, con el fin de conocer la viabilidad de este proyecto.

Por medio de estos métodos se busca conseguir la información necesaria, para el desarrollo del presente trabajo, con la intención de ponerlo en marcha y así cumplir con los objetivos propuestos en el plan de negocio, es importante señalar que los datos obtenidos fueron tomados directamente de la gente que habitan en el sector Parcelas de San Carlos de la ciudad de Villavicencio, para la realización de la encuesta se realizó por medio de una plataforma llamada Question Pro.

En él se pretende analizar los diferentes nichos de mercado con el fin de saber lo necesario que se debe tener en cuenta para Rapi Delicias, de manera que sea un restaurante capaz de satisfacer las necesidades de los clientes del barrio Parcelas San Carlos, teniendo un buen manejo de precios, permitiendo obtener un aumento de demanda en el mercado.

4. METODOLOGIA

El presente estudio corresponde al enfoque de investigación cuantitativo, ya que en él se puede encontrar las probabilidades que facilitan análisis de la economía y el reconocimiento de la rentabilidad que tendrá el restaurante Rapi Delicias en un tiempo determinado. Los estudios cuantitativos proponen preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos, da claridad a las preguntas de investigación e hipótesis a la recolección y el análisis y describe el comportamiento de la población (Hernandez Sampieri, 2014, pág. 40).

Tipo de investigación

Este trabajo de plan de negocios se relaciona con el método descriptivo, en el que se reconocen las expectativas de los clientes y necesidades al adquirir un servicio de este restaurante. En esta propuesta se determinan características, necesidades y aspectos comerciales y financieros de Rapi Delicias. Como método de recolección de la información se aplican encuestas que demuestran la viabilidad del proyecto. Para determinar la estructura organizacional, metodológica, legal, técnica y operativa de “Rapi Delicias”, se observaron algunos planes de negocios, que permitieron plasmar los reglamentos normativos y legales, para la ejecución del proyecto. Al establecer el plan financiero, se elaboran proyecciones financieras de venta y compras, que permitan analizar y obtener información acerca de los gastos e ingresos, y costos que va a generar el proyecto en su desarrollo.

4.1 Universo, población y muestra

- **Universo:** es el total de clientes que tendrá la empresa de comidas rápidas
- **Población:** la población de este plan de negocios es de 460 personas, entre ellas menores y mayores de edad, habitantes del barrio Parcelas San Carlos de la ciudad de Villavicencio-Meta.
- **Muestra:** la muestra será de 170 personas, obtenida con el siguiente procedimiento.

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{N * \xi^2 + z^2 * p * q * N}$$

Donde:

Se estima la proporción de un determinado parámetro en una población de $N = 460$, con un nivel de confianza del 95% ($Z = 1,96$). Adoptamos un margen de error $e = 6\%$ (0,06) y, como no tenemos datos previos, estimamos una proporción de cumplimiento del 50% (0,5).

$$n = \frac{1.96^2 * 0,5 * 0,5 * 460}{(460 - 1) * 0.06^2 + 1.96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{441,784}{2,6128} = 170$$

las 170 personas, son residentes del barrio Parcelas San Carlos de la ciudad de Villavicencio. Mediante la encuesta se dejará claro cuáles son las necesidades primordiales que quieren suplir los posibles clientes, en cuanto a sus preferencias de comida y servicio al cliente.

4.2 Técnicas e instrumentos

Las técnicas usadas en este trabajo son: entrevista y encuesta.

4.3 Operacionalización de los objetivos

La Operacionalización de objetivos es un proceso que consiste en definir estrictamente variables en factores medibles. El proceso define conceptos difusos y les permite ser medidos empírica y cuantitativamente.

Tabla 1.

Operacionalización de los objetivos

Título	Rapi Delicias en la ciudad de Villavicencio: Plan de negocios				
Formulación del problema	¿Cómo crear un plan de negocios de un restaurante de comidas rápidas en la ciudad de Villavicencio barrio Parcelas San Carlos?				
Objetivo General	Crear un plan de negocios de un restaurante de comidas rápidas en la ciudad de Villavicencio barrio Parcelas San Carlos				
Matriz para operacionalizar los objetivos específicos					
Preguntas de sistematización de objetivos específicos	Objetivo específico	Actividades	Técnicas e instrumentos	Fuentes: Primarias y secundarias	Posibles resultados
¿Cuáles son las características, necesidades y aspectos comerciales a tener presente	Analizar las condiciones del mercado acordes con la actividad económica	Estudio y análisis de las expectativas de los clientes,	Para el desarrollo del primer objetivo específico del proyecto de	Evaluar quienes pueden ser nuestros clientes o consumidore	El informe del estudio del mercado.

para un plan de negocios de comidas rápidas en el barrio Parcelas San Carlos de la ciudad de Villavicencio?	de la empresa, mediante la aplicabilidad de una encuesta.	mediante aplicación de una encuesta	grado, se realiza una encuesta de 15 preguntas a un grupo de 170 personas de la ciudad de Villavicencio, la encuesta se aplicó de manera virtual, para obtener resultados positivos que diera como viabilidad para la ejecución de este proyecto.	s potenciales, mediante la aplicación de encuestas que se tiene como objetivo conseguir información acerca de los hábitos de consumo, sus necesidades y requerimientos, logrando enfocar estrategias de mercadeo para el buen desarrollo del proyecto	
¿Qué recursos son necesarios para poner en marcha un el plan de negocios de comidas rápidas?	Establecer una estructura organizacional que muestre la forma de distribución de tareas en la empresa, incluyendo a su vez los diferentes diseños.	✓ Base teórica para la creación del restaurante	➤ Entrevistas	➤ se tiene en cuenta las estadísticas y fuentes de información suministrada por la Cámara de Comercio los cuales nos muestra cuales son los establecimientos de comercio inscritos y cuál es su razón social.	Requisitos que se deben tener en cuenta y cumplir respectivamente de manera legal para el proceso de la empresa.

¿Cómo realizar la viabilidad económica y financiera del plan de negocios de comidas rápidas en la ciudad de Villavicencio?	Determinar el presupuesto necesario para la creación de esta empresa, verificando cuál sería su posible rentabilidad que generaría la creación de esta.	Recursos claves para la puesta en marcha del plan de negocio	➤	Por medio de cuestionario.	Primarias	Llevar a cabo el análisis del estudio del mercado, tener la estructura organizacional de la empresa a formalizar.
--	---	--	---	----------------------------	-----------	---

Nota. Elaboración propia (2022).

5. MARCO REFERENCIAL

Para el desarrollo de la presente investigación se consideran los siguientes marcos que permiten la comprensión de la temática:

5.1 Estado del arte

Se escoge como fuente de referencia 3 ideas de Planes de Negocio que fueron desarrollados a nivel nacional de estudiantes que han planteado algunas lluvias de ideas de restaurantes para satisfacer las necesidades de las personas que se dan a conocer en el siguiente cuadro.

Tabla 2.

Investigaciones Referentes a Ideas de Negocios a Restaurantes

Tipo de Estudio	Universidad	Año	Título	Objetivo General	Observaciones/ Conclusiones	Autores
Nacional	Universidad Cooperativa de Colombia	2018	Plan de negocios para restaurante de comida saludable Arándano & Kiwi.	Generar en los clientes hábitos de alimentación saludable y sostenible donde sean partícipes del proceso de servicio para garantizar buena calidad a precios bajos.	Para el restaurante importante manejar tres aspectos en la relación con la promoción de nuestros productos y servicios: informar, persuadir y recordar.	Pinillos Pirazan Oscar Andrés, Lozano Salas Neldy Lorena y Rojas Riveros Andrés Felipe.
Nacional	Universidad Santo Tomas	2018	Business Plan Tropicales Food Truck	Establecer la Viabilidad de mercado, organizacional, legal y financiera para la creación de una empresa de jugos y batidos en Food Trucks en la ciudad de Bogotá.	Al definir las diversas estrategias (Promoción, comunicación, precio etc.) y la respectiva proyección de ventas, este proyecto se contara con los recursos presupuestados.	Pedraza López Juan David.

Nacional	Universidad Cooperativa de Colombia	2020	Plan de Negocio Restaurante Los 80'S RAMAR, en la Ciudad de Villavicencio	Diseñar un plan de negocio para el Restaurante los 80's RAMAR, que permita brindar un excelente servicio de alta calidad a los clientes, con ello se busca reducir la tasa de desempleo en jóvenes y adultos en la ciudad de Villavicencio mediante la participación de nuestra empresa en la sociedad.	Analizando cada uno de los resultados encontrados en el plan de negocio, se concluye que la idea de negocio puede ser viable para su puesta en marcha en la vía Villavicencio – Restrepo. Sin perder la importancia de su objetivo principal que es la creación del restaurante los 80'S RAMAR.	Bayrón Esteban Ramírez Arias y Camila Rojas Martínez.
----------	--	------	---	---	---	---

Nota. Información tomada de (Pinillos Pirazán, Lozano Salas, & Rojas Riveros, 2018), (David, 2019), (Ramírez Arias & Rojas Martínez, 2020).

Teniendo en cuenta el plan de negocio restaurante de comida saludable Arándano y Kiwi, de Pinillos Pirazán, Lozano Salas, y Rojas Riveros, (2018). El cual tiene como objetivo generar en los clientes hábitos de alimentación saludable y sostenible, el plan de negocios, Rapi Delicias se ve centrado en esta idea, en la que se pretende llegar al público con alimentos que sean saludables para la salud, de los cuales sobresale, la alta calidad de los platos a ofrecer, la temática en la que se busca ser innovadores y la creatividad al momento de buscar la comodidad de los clientes.

Por otro lado, la idea de negocio de Pedraza López Juan David (2019), denominada Business Plan Tropicales Food Truck en Bogotá, refleja el tiempo de preparación de los alimentos, los cuales en su mayoría permanecen congelados o pre cocidos, generando un mayor nivel de agilidad a la hora de entrega de pedidos, brindando una pronta respuesta y buena atención al cliente, llevando el servicio, a la eficiencia de definir las diversas estrategias (Promoción, comunicación, precio etc.) y la respectiva proyección de ventas; y por lo tanto, Rapi Delicias tendrá en cuenta en su organización, llevar a cabo este tipo de estrategias, las cuales permiten tener en buenas condiciones todos los alimentos para su preparación, consumo, llegando al punto de ofrecer

a los clientes, diferentes promociones con productos, a un buen precio obteniendo buena rentabilidad.

Del mismo modo el plan de negocios de Restaurante Los 80'S RAMAR, en Villavicencio, tiene como objetivo brindar un excelente servicio de alta calidad a los clientes, con ello se busca reducir la tasa de desempleo en jóvenes y adultos en la ciudad, siguiendo la idea de negocio de Ramírez Arias y Rojas Martínez, (2020), se pretende contribuir en la generación de empleo, generando oportunidades a aquellas personas que perdieron su trabajo, por consecuencias de la pandemia o por algún otro motivo, logrando suplir necesidades propias del desempleo.

5.2 Marco teórico

En busca de dar las respuestas correctas para el proyecto de creación de restaurante Rapi Delicias, se tendrá como base teórica la creación de una empresa enfocada hacia el negocio de producción de alimentación, ya que el sector de servicios es muy demandado y es uno de los más importantes en el contexto económico.

Aunque en el barrio Parcelas San Carlos no hay restaurantes de este tipo, para la creación de este mismo se deben tener como referentes diferentes planes de negocios y modelos de gestión de diferentes restaurantes que se hayan aplicado en otras ciudades del país.

Según (Weinberger Villarán, 2009), el plan de negocios es una herramienta de comunicación que permite enunciar en forma clara y precisa la visión del empresario, las oportunidades existentes en el entorno, los objetivos y las estrategias planteadas, los procesos para el desarrollo de las actividades programadas, los resultados económicos y financieros esperados, y las expectativas de crecimiento de la empresa. Esta herramienta es muy útil tanto para nuevas empresas como para organizaciones ya existentes que desean incorporar a su actividad nuevos negocios.

Para la elaboración de un plan de negocios se debe tener en cuenta los siguientes parámetros o estudios definidos a continuación:

Se propone que “un modelo de negocio es un enfoque integrado de la investigación que representa una oportunidad para desbloquear los procesos empresariales, explicar y predecir los resultados empresariales (Gerardo & Adam Jay, 2009).

Se implementará un modelo Canvas, que permita visualizar en un solo documento, la idea de negocio y nos puede ayudar demasiado con la estructuración, planificación, y análisis del negocio, con el beneficio y posibilidad de planificar y trazar nuevas estrategias, del mismo modo

este modelo permite plasmar una propuesta de valor, una relación con el cliente, una estructura de costos e ingresos, una segmentación del mercado, todo para llevar a cabo nuestro plan de negocios.

Tabla 3.

Modelo Canvas

Actividades Claves	Propuesta de Valor	Relación con los Clientes	Segmento de Clientes	Recursos Claves
preparación de comidas rápidas Hamburguesas Perros Salchipapas Patacones	Variedad de comidas rápidas para el gusto de cada cliente con un sabor único inigualable y a un precio justo.	Amabilidad, Agilidad calidez, Buena comunicación. Atención como en casa y comodidad.	Personas de todos los rangos de edades que les guste las comidas rápidas. Familias Jóvenes, Adultos	La materia prima los empleados, el local mobiliario y equipos. Personal
	Canales de Venta	Estructura de Costos		
	Volantes Páginas web Facebook WhatsApp Instagram Radio	Salario de empleados Costo de instalaciones Costo de comercialización Costo de materias primas		

Nota. Elaboración propia (2022).

Se presenta las actividades claves, propuesta de valor, la relación con los clientes, los recursos y los costos que tendrá el restaurante Rapi Delicias para su debido funcionamiento.

El mercado es la institución económica en la cual se produce el punto de encuentro entre las dos partes que intercambian un bien o servicio en el mercado de las comidas se intercambian dinero. En este estudio se propone identificar factores que representa a una empresa, con los cuales se analiza y examina la viabilidad del tamaño de la segmentación de clientes, identificando los hábitos relacionados a la compra y el reconocimiento de la competencia donde se presenten la oferta y la demanda para la inversión en la prestación del servicio durante un determinado tiempo, (Resico, 2011).

Como investigación de mercados se toma como referencia el análisis del sector donde en el se estudia el comportamiento del sector, con el fin de conocer donde se va a desempeñar la

actividad. Este análisis servirá para el desarrollo de un proceso estratégico dinámico, desde la óptica de la relación de pertenencia de la empresa con el sector objeto de estudio, permitiendo estructurar, así, su estrategia competitiva, las cuales sirven de marco de referencia para posicionar una compañía y aprovechar los cambios que se operan en la industria (Benjamín Betancourt, 2015).

Como estrategia de mercado se propone tener en cuenta una estrategia de precios en que se presente un análisis competitivo de precios a aquellos recursos de marketing que una empresa puede desarrollar consistentemente en las modificaciones de ofrecer el producto en precios bajos, en la que de este modo obtendrá una ventaja económica y poder vender en mayor cantidad.

“una estrategia de precios es un marco de fijación de precios básico a largo plazo que establece el precio inicial para un producto y la dirección propuesta para los movimientos de precios a lo largo del ciclo de vida del producto” (Lamb, Hair, & McDaniel, 2014).

Se propone igualmente una estrategia de promoción, en que se tiene como propósito influir en el comportamiento de los clientes, utilizando herramientas como la publicidad, promoción en las ventas como los descuentos del producto.

También en manejar estrategias de servicio se especifican algunos procedimientos que se presentan a continuación.

Las necesidades y los deseos de los consumidores son satisfechos mediante ofertas de mercado, una combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrecen a un mercado para satisfacer una necesidad o un deseo. Las ofertas de mercado no se limitan a productos físicos; incluyen también servicios, es decir, actividades o beneficios ofrecidos para su venta y que son esencialmente intangibles y no resultan en la propiedad de nada. Los ejemplos incluyen los servicios bancarios, las aerolíneas, hoteles, minoristas y servicios de reparación del hogar, (Kotler & Armstrong, 2008, pág. 38).

En lo Mobiliario tener presente la adecuada iluminación, las mesas que sean las adecuadas para la capacidad de los clientes y aire acondicionado para las altas temperaturas que se presenten y la carta de alimentos y bebidas donde se da a conocer los platos y bebidas principales que ofrece el restaurante para su debido consumo.

En el se da a conocer todos los diferentes platos disponibles de un restaurante, y que se presenta a los clientes para que elijan la composición de sus comidas que se proponen a menudo

uno o varios menús, sugerencias, platos del día, de temporada o regionales, así como el resto de los platos o carta propiamente dicha (Cocina, 2014).

5.3 Marco conceptual

Con el propósito de hacer más fácil el proceso y el entendimiento de la creación de este plan de negocio es indispensable contar con un glosario para tener claros los conceptos, y los términos fundamentales para el desarrollo eficaz del plan de negocio.

Comidas Rápidas. se refiere a la comida que se puede preparar y servir rápidamente. Puede proceder de muchos lugares: restaurantes, servicio de mostrador, comida para llevar, autoservicio y entrega a domicilio (Health, 2019).

Consumidor. Es una persona u organización que consume bienes o servicios, que los productores o proveedores ponen a su disposición en el mercado y que sirven para satisfacer algún tipo de necesidad (Sanchez, 2016).

Empresa. Es una organización de personas y recursos que buscan la consecución de un beneficio económico con el desarrollo de una actividad en particular. Esta unidad productiva puede contar con una sola persona y debe buscar el lucro y alcanzar una serie de objetivos marcados en su formación (Sanchez, 2015).

Empresario. Persona o individuo que lleva a cabo una actividad económica, de la cual obtiene utilidades (Gil, 2015).

Empleo. Se denomina empleo a la generación de valor a partir de la actividad producida por una persona. Es decir, el empleado contribuye con su trabajo y conocimientos en favor del empleador, a cambio de una compensación económica conocida como salario (Gil, 2015).

Gastronomía Colombiana. En la cocina colombiana se distinguen dos variantes regionales claramente diferenciadas: la de las montañas y serranías, donde vive el grueso de la población; y la de las costas caribeña y pacífica (Pais, 2020).

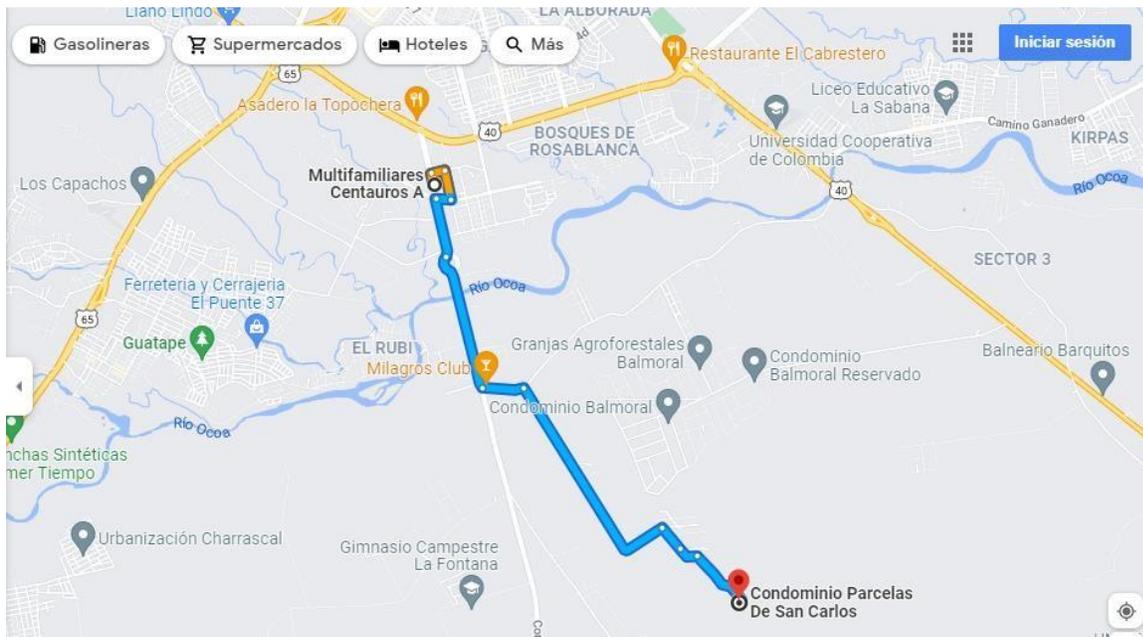
Innovación. Es un concepto muy ligado al ámbito empresarial. Innovar es mejorar lo que existe, aportando nuevas opciones que suplan las necesidades de los consumidores, o incluso crear nuevos productos con el fin de que tengan éxito en el mercado (Peiro, 2019).

5.4 Marco geográfico

El Restaurante Rapi Delicias, estará ubicado en el departamento del Meta, ciudad Villavicencio más exactamente en Parcelas San Carlos, esta es una zona que no se cuenta con restaurantes cercanos.

Figura 1.

Mapa acceso al restaurante



Nota. Geografía de la ubicación para la creación del restaurante Rapi Delicias ubicado en el sector Parcelas De San Carlos de la ciudad de Villavicencio. Adaptada de (Google Maps, 2022).

5.5 Marco legal

El siguiente plan de negocios Rapi Delicias, será una empresa que hará parte del sector terciario el cual comprende todos los servicios relacionados con el sector de alimentos y entretenimiento, es una empresa constituida por una Sociedad por Acciones Simplificadas denominada por sus siglas S.A.S. Según ley 1258 de 2008.

El desarrollo de dicha empresa en cualquier ciudad está regido por leyes que facilitan su reconocimiento y amparan su funcionamiento, donde la constitución política de Colombia de 1991 establece en el título XII artículo 333 en la cual establece la libertad económica y considera la empresa como base para el desarrollo. Este artículo indica que la empresa tiene una función social, que implica obligaciones laborales, tributarias y legales.

Tabla 4.

Normatividad de la empresa.

NORMATIVIDAD	ESTABLECE
Decreto 1879 de 2008	MATRICULA MERCANTIL VIGENTE: El establecimiento de comercio debe matricularse a más tardar dentro del mes siguiente a la fecha en la que inició actividades, la solicitud de la matrícula se debe hacer en la cámara de comercio.
Ley 9 de 1979	CONCEPTO SANITARIO: Todo establecimiento debe cumplir con las condiciones sanitarias, que está compuesta por títulos de carácter general como los de protección del medio ambiente, suministro de agua, y salud ocupacional.
Resolución 2674 de 2013	En el caso de las personas jurídicas y naturales que ejercen actividades en torno a los alimentos como su fabricación, procesamiento, distribución y comercialización, deben también cumplir con los requisitos sanitarios.
DECRETO 3075 DE 1997	<p>Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 9 de 1979 y se dictan otras disposiciones. La salud es un bien de interés público.</p> <p>Odas las fábricas y establecimientos donde se procesan los alimentos; los equipos y utensilios y el personal manipulador de alimentos.</p> <p>Los alimentos y materias primas para alimentos que se fabriquen, envasen, expendan, exporten o importen, para el consumo humano.</p>
	INSCRIPCION EN EL RUT: Los comerciantes deben estar inscritos en el RUT (Registro Único Tributario) y, si pertenecen al régimen simplificado, deben indicar su RUT en un lugar visible del establecimiento.

Nota. Elaboración propia con información tomada de cada capítulo de normatividad (2022)

6. RESULTADOS

En este capítulo se incluye la respuesta a cada objetivo específico para dar cumplimiento al objetivo general.

6.1 Estudio de mercado

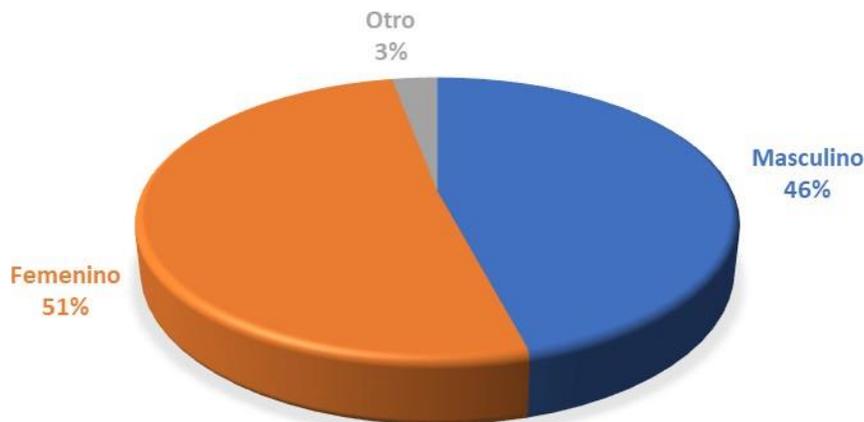
Parcelas San Carlos es un sector privado que se encuentra ubicado en una zona rural de la ciudad de Villavicencio, donde actualmente consta de 120 casas, con una población aproximada de 460 habitantes, se encuentra retirada a 3 km del barrio Multifamiliares los Centauros y a 2 km del barrio Juan Pablo, se evidencia que no cuenta con sitios de restaurante de comidas rápidas

El estudio se realizó con fines de identificar diferentes aspectos para la creación del restaurante Rapi Delicias, además recopilar información necesaria, tabular la encuesta realizada a 170 personas, analizar los datos con la finalidad de obtener resultados oportunos para la toma de decisiones para el desarrollo del proyecto.

A continuación, se presenta los resultados de las encuestas practicadas en sector Parcelas San Carlos de la ciudad de Villavicencio.

Figura 2.

Género de los encuestados

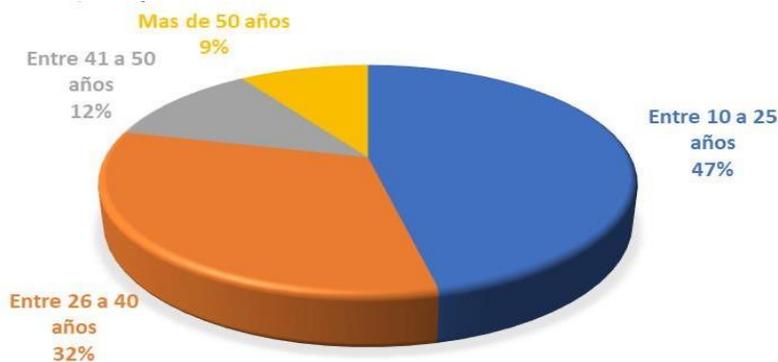


Elaboración propia, (2022).

Teniendo en cuenta los resultados de la figura 2 se puede evidenciar que el 51% corresponde al sexo femenino y el 46% son del sexo masculino y otro con un porcentaje del 3%, se percibe mayor porcentaje de mujeres que de hombres, Se puede concluir que el sexo femenino es más probable en consumir comidas rápidas.

Figura 3.

¿A qué rango de edad pertenece?

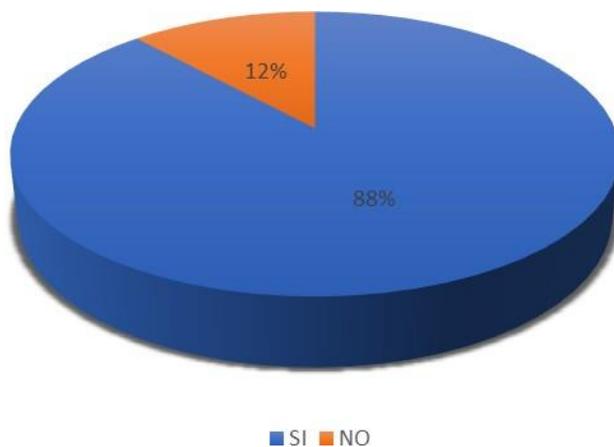


Elaboración propia, (2022).

Teniendo en cuenta la figura 3 se muestra que el mayor número de encuestados fue el rango entre 10 a 25 años, representan un 47% de rango de edad más interesados en comidas rápidas, seguido del rango entre 26 a 40 años con un porcentaje de 32%, por otro lado, se encuentra el rango de 41 a 50 años teniendo un porcentaje de participación del 12%, y por último están las personas mayores de 50 años donde se obtuvo un porcentaje de un 9% con poca probabilidad de que consuman comidas rápidas, se observa que la mayoría de personas que más consumen estas comidas son los jóvenes con más frecuencia, donde se percibe que serían los posibles comensales.

Figura 4.

¿Consume usted comidas rápidas?

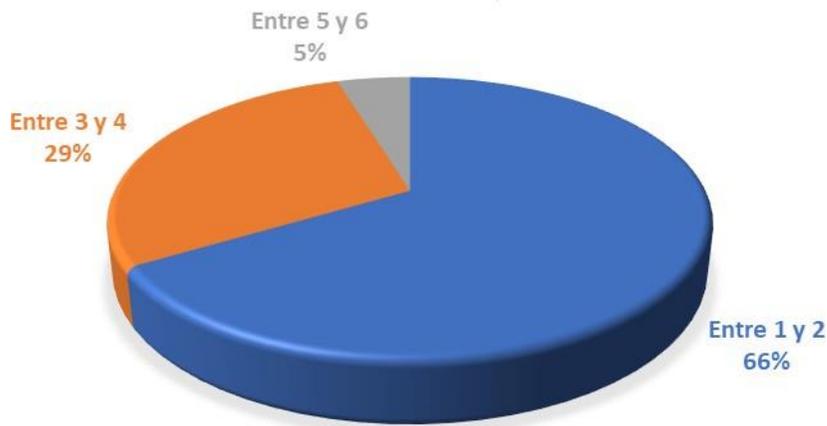


Elaboración propia, (2022).

Considerando los resultados de la figura 4 con un semejante del 88% el total de las personas encuestadas, consumen este tipo de alimento, esta información brinda una posibilidad alta de la implementación del restaurante, ya que se podría obtener unas ventas que generen unas excelentes ganancias, y por otro lado el 12 % de las personas encuestadas no consume comidas rápidas esto con el fin de que cada persona tiene diferentes gustos.

Figura 5.

¿Cuál es el estrato a que pertenece?

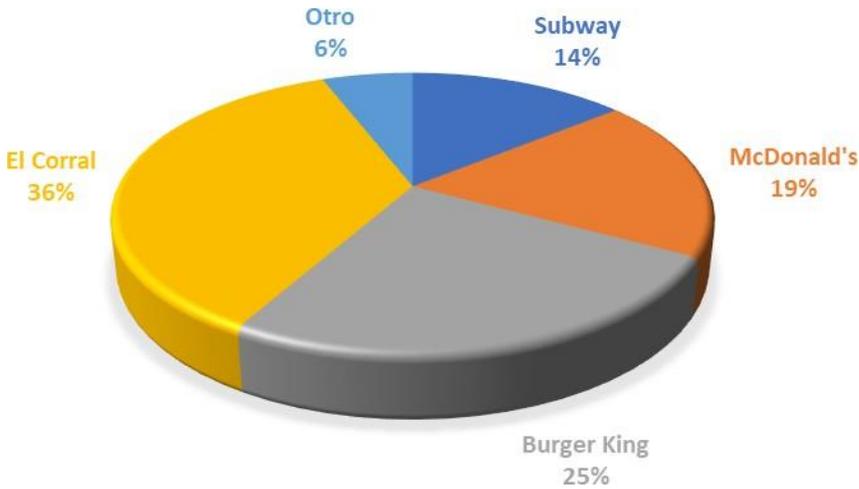


Elaboración propia, (2022).

Teniendo en cuenta los resultados de la figura 5, El rango más alto de estrato de las personas encuestadas corresponde al 1 y 2, que arroja un porcentaje del 66%, estos estratos son considerados los que más consumen estas comidas habitualmente por el menor ingresos que perciben, el rango de 3 y 4 se encuentra en la segunda posición de las personas encuestadas con un porcentaje de 29%, siendo unos de los estratos con poca probabilidad de comer en restaurantes de comidas rápidas, y por último está el rango de estrato 5 y 6 que son muy pocas las personas que se encuentran en este nivel con un porcentaje del 5% del total de los encuestados describen que casi no les llama la atención consumir comidas rápidas , esta pregunta permite obtener información de los estratos de las personas que habitan en este sector y los posibles clientes que se vera reflejado en Rapi Delicias.

Figura 6.

¿Cuál es tu cadena favorita?



Elaboración propia, (2022).

Considerando los resultados obtenidos de la figura 6 se obtiene que el 36% de los encuestados prefieren un buen sitio de comidas rápidas el Corral que es un plato de degustar a muchas personas, la muestra de Burger King con un porcentaje del 25% lo que se nos da a entender que la variedad de comida en Burger King es de una excelente calidad, en el tercer lugar encontramos McDonald's con un 19%, en el 4 lugar se evidencia la cadena Subway con un 14%, por último, se encuentra como respuesta Otro que se obtuvo un 6% del total de los encuestados. Con estos resultados se pretende buscar cual es la cadena favorita de la gente, y lograr implementar el mismo servicio que ellos tienen, para que los clientes se sientan satisfechos.

Figura 7.

¿Con que frecuencia visita los sitios de comidas rápidas?

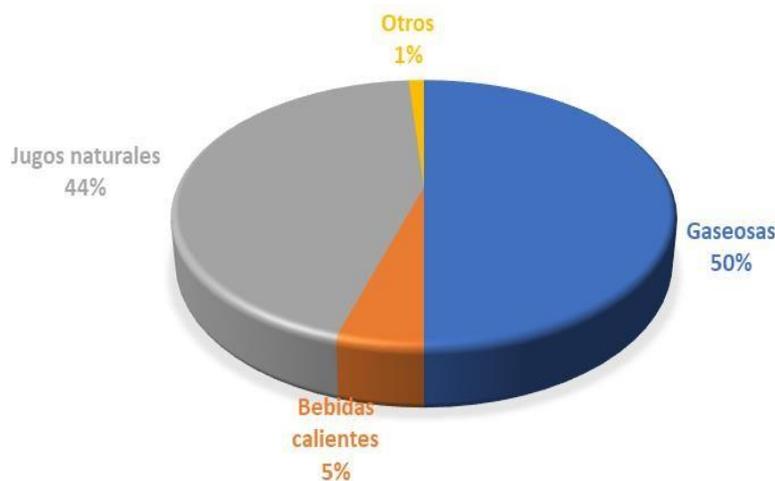


Elaboración propia, (2022).

Teniendo en cuenta los resultados de la figura 7 se evidencia que la mayor parte de los encuestados con un 58% visita de dos a tres veces con frecuencia los sitios de comidas rápidas durante la semana, el 32% una vez por semana, ocasionalmente lo hace para compartir una comida diferente a la de la casa, y por último el 10% que representa más de tres veces, eso quiere decir que a los encuestados les gusta asistir con frecuencia a estos sitios ya sea para estar con amigos o familia.

Figura 8.

¿Con cuál bebida le gusta acompañar sus alimentos?



Elaboración propia, (2022).

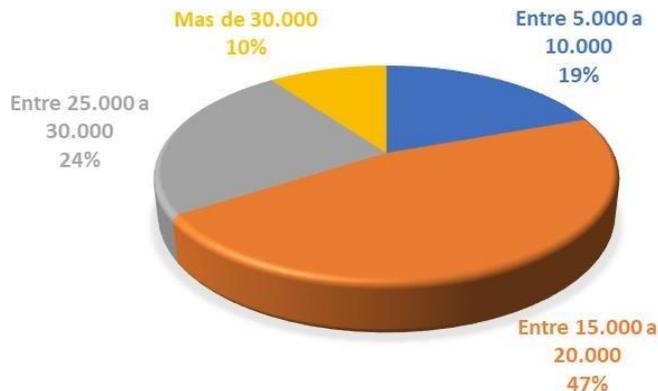
Considerando los resultados de la figura 8, se obtiene como resultado que el 50% de las personas prefieren como bebida las gaseosas para acompañar sus alimentos, pero al mismo tiempo los jugos naturales con un 44 %, por las bebidas calientes encontramos un 5% del gusto de los encuestados, y por último un 1%, eso nos da a entender y a facilitar que tipo de bebida se puede ofrecer a la gente que más agrade para acompañar sus alimentos como lo son las comidas rápidas.

Teniendo en cuenta los resultados de la figura 9 podemos evidenciar que la mayoría de las personas encuestadas equivalentes a un 47% con una cantidad de 79 personas están dispuestas a pagar por un plato de comida rápida un valor de 15.000 a 20.000, en segundo lugar encontramos el rango de valor entre 25.000 a 30.000 con una cantidad de 41 personas, que equivale al 24% de los encuestados, en tercer lugar encontramos el rango de valor entre 5.000 a 10.000 con una cantidad de 33 personas, que equivale al 19% de los encuestado, y por ultimo encontramos los que

están dispuestos a pagar por un plato de comida rápida por un valor más de 30.000 con un porcentaje de 10% del total de los encuestados, con este resultado se evidencia la cantidad de dinero que los clientes invierten por el consumo de alimentos servidos en restaurantes de comida rápida.

Figura 9.

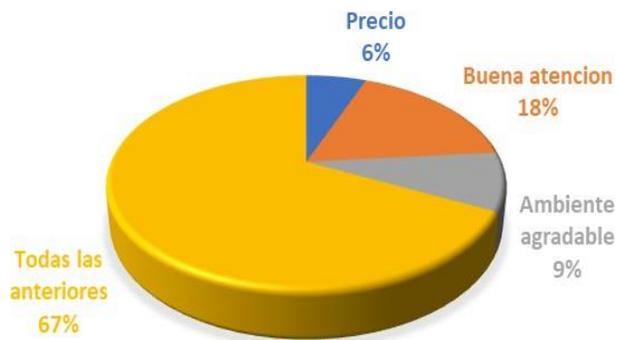
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato de comida rápida?



Elaboración propia, (2022).

Figura 10.

¿Qué elemento influye en la selección de ir a un sitio de comidas rápidas?



Elaboración propia, (2022).

Como se evidencia en los resultados de la figura 10 se puede evidenciar que el 67%, con una cantidad de 115 personas encuestadas le gusta que todos los elementos mencionados en la figura, se vea reflejado en el restaurante Rapi Delicias, con esta información se puede afirmar lo que toda persona le agrada cuando visita estos tipos de sitios de comidas rápidas, y así poder implementarlo en Rapi Delicias.

Figura 11.

¿Le gustaría que el restaurante “Rapi Delicias” ofrezca el servicio de domicilio?

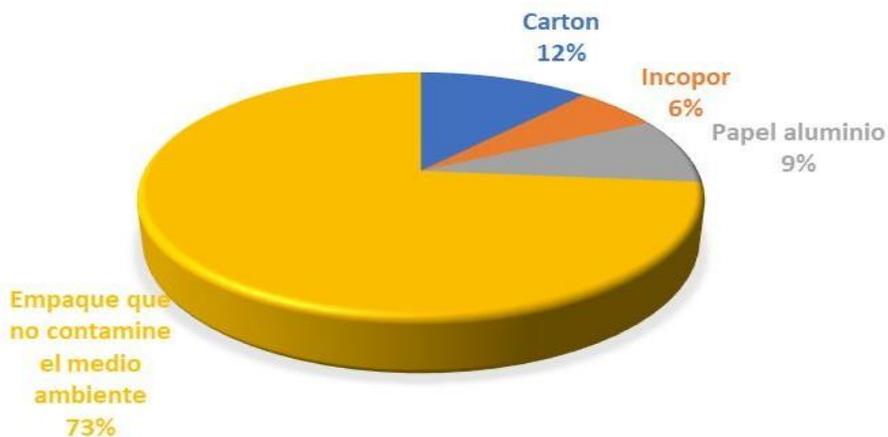


Elaboración propia, (2022).

Considerando los resultados de la figura 11 se puede evidenciar que la mayoría de personas equivalente al 97% con una cantidad de 165 personas encuestadas le gusta que el restaurante Rapi Delicias ofrezca el servicio a domicilio, con este resultado se interpreta que a los clientes le gusta que sus alimentos sean llevados a su casa y poder disfrutar en un lugar privado con sus amigos y familia.

Figura 12.

¿Cómo le gustaría el diseño del empaque?



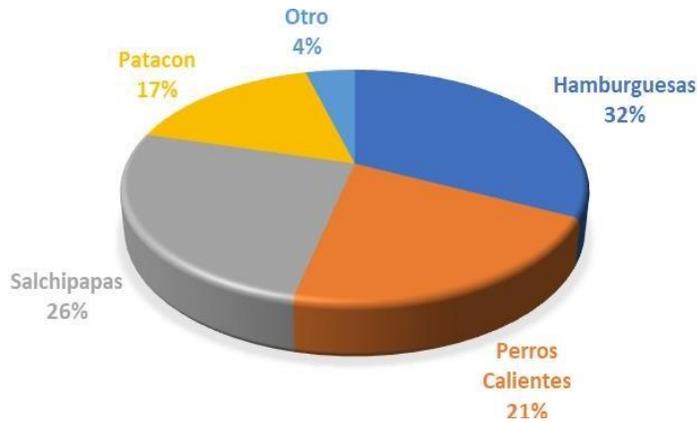
Elaboración propia, (2022).

Se puede evidenciar en los resultados de la figura 12, que el 73% de las personas encuestadas prefieren que el empaque donde venga el producto sea ecológico y que no contamine

el medio ambiente, este resultado permite saber qué tipo de empaque se puede utilizar al momento de empacar sus alimentos en cuestión de domicilios.

Figura 13.

¿Qué tipo de plato es de su mayor agrado?



Elaboración propia, (2022).

De acuerdo con los resultados de la figura 13, se obtuvo como resultado un 32% de las personas encuestadas deciden que el plato de su mayor agrado son las hamburguesas, en segundo lugar, encontramos con un 26% las salchipapas, en tercer lugar, tenemos los perros calientes con un porcentaje de 21%, en cuarto lugar, se encuentra el patacón con un 17%, con este resultado se evidencia que tipo de plato agrada más a los encuestados y tenerlo presente al momento de las preparaciones.

Figura 14.

¿Qué tipo de agregados “salsas” prefiere para sus comidas rápidas?



Elaboración propia, (2022).

De acuerdo con los resultados de la figura 14, se obtuvo como resultado un 38% de los posibles clientes encuestados que su agregado como son las salsas de mayor agrado es la salsa BBQ, en segundo lugar, encontramos con un 23% la salsa rosada, en tercer lugar tenemos el guacamole (ají) con un porcentaje de 21%, en cuarto lugar se encuentra la salsa tártara con un 16%, con este resultado se evidencia cual es la salsa de mayor agrado de las personas encuestadas, para así implementarlas en el restaurante.

Figura 15.

¿En qué momento del día, prefiere asistir a un restaurante de comidas rápidas?

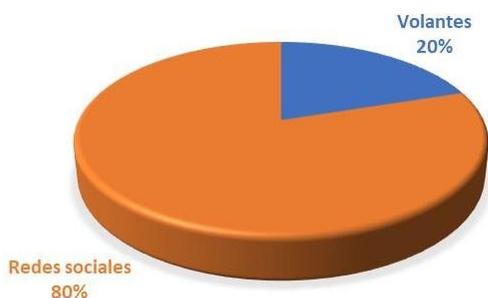


Elaboración propia, (2022).

Se evidencia en los resultados de la figura 15 se puede evidenciar que una gran parte de los encuestados prefieren asistir a estos tipos de sitios en las horas de la noche con un porcentaje de 58%, en las horas de la tarde con un 37%, y en las horas de la mañana un 5% de las personas encuestadas, estos resultados brindan información de que horario se podría evidenciar más asistencia de clientes en el restaurante.

Figura 16.

¿Qué método de publicidad atrapa más su atención?



Elaboración propia, (2022).

Según los resultados de la figura 16 se evidencia que la mayoría de las personas encuestadas, las redes sociales es el medio de comunicación, e informativo que atrapa su atención, es importante que la comunicación se realice por estos medios alguna red social, para manejar la información sobre la apertura del restaurante y las variedades de alimentos que se ofrecen en el menú para interesar y captar la mayor cantidad de clientes.

6.2 Estructura organizacional, legal y técnica del restaurante Rapi Delicias

Según Morales (2010) la estructura organizacional, legal y técnica de una empresa tiene como objetivo:

conocer y evaluar fortalezas y debilidades, definir la estructura de la organización para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento. Es decir, para cada proyecto se deberá determinar la estructura organizacional acorde con los requerimientos que exija la ejecución del proyecto y la futura operación. (pág. 2)

6.2.1 Base teórica para la creación del restaurante.

Establecer una visión a corto y largo plazo, donde se puedan trazar las metas propuestas para el desempeño y la calidad en la prestación de los servicios y productos, con el fin que cumpla con la expectativa de los clientes potenciales frente a la creación del restaurante el cual incluye los diferentes diseños organizacionales como lo es Organigrama, Misión, Visión y Manual de Funciones.

6.2.2 Misión

Se considera como un importante elemento de la planificación estratégica a la Misión que describe el rol que desempeña actualmente la organización para el logro de su visión, es la razón de ser de la empresa (Armstrong & Kotler, 2013, pág. 92).

El restaurante Rapi Delicias se enfoca en brindar un servicio de alta calidad, satisfaciendo las necesidades y expectativas de nuestros clientes internos y externos a través de un servicio personalizado, y así mismo mejorar en la innovación.

6.2.3 *Visión*

La visión es un sentido que, de alguna forma, permite percibir lo que se encuentra dentro de nuestro campo cercano. Sin embargo, en términos empresariales, la “visión” es definida para saber con exactitud cuál es la dirección en la cual se debe hacer el esfuerzo, determinando los objetivos de mediano y largo plazo a alcanzar. Así, finalmente, se proponen objetivos y propósitos tanto a mediano como a largo plazo (Humphreys, 2012, pág. 1).

Rapi Delicias se propone para el año 2030 ser líder en el servicio de comidas rápidas, con expansión de sedes en otros municipios del departamento del Meta, convirtiéndose en un restaurante de cadena, compitiendo con calidad para satisfacer a todos los clientes y usuarios.

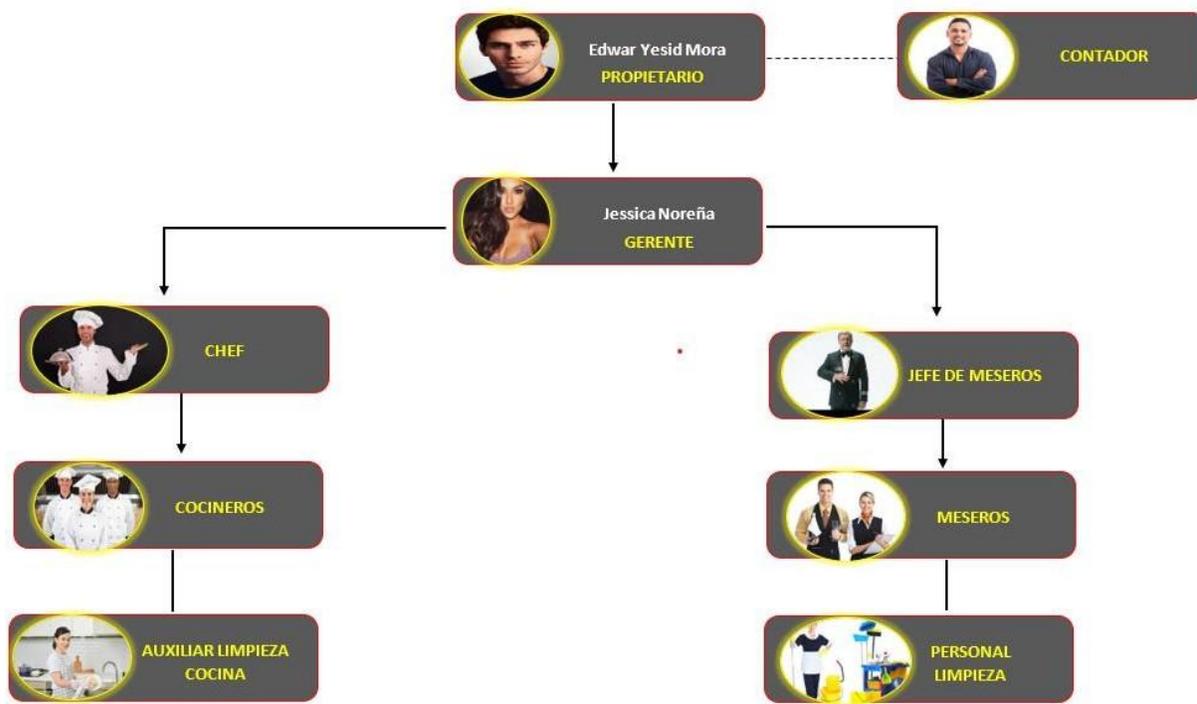
6.2.4 *Organigrama*

Se hace necesario la creación de un organigrama que muestre la representación gráfica de la estructura de Rapi delicias, que indique las relaciones entre sus diferentes partes y la función de cada una de ellas, así como de las personas que trabajan en las mismas.

A continuación, se establece el organigrama del restaurante Rapi Delicias, con el fin de dar a conocer como estará compuesto el grupo de trabajo.

Figura 17.

Organigrama Empresarial



Nota. Elaboración propia, (2022). En el organigrama se puede evidenciar la estructura organizacional que tendrá el restaurante Rapi Delicias.

6.2.5 *Manual de funciones*

En la siguiente tabla se muestra las diferentes funciones de los cargos que se irán a ejecutar por parte del personal en el restaurante Rapi Delicias.

Tabla 5.

Manual de funciones

CARGO	PERFIL	FUNCION A DESEMPEÑAR
Propietario	<ul style="list-style-type: none"> - Tomador de decisiones. - Buena comunicación. - Estratégico. 	Los propietarios cumplen una labor muy importante para la empresa en ser

	<ul style="list-style-type: none"> - Responsable. - Disciplinado. - Amigable 	<p>responsable en la parte logística y económica.</p> <p>En la gestión e innovación de la empresa.</p>
Gerente	<ul style="list-style-type: none"> - Dirigir - Planear el trabajo - Responsable - Controlar - Coordinar contratar 	<p>El gerente cumple organizar los recursos de la entidad, dirigir como se va a controlar la empresa a corto o largo plazo, fijar objetivos claros para la funcionalidad de la empresa.</p>
Contador Publico	<ul style="list-style-type: none"> - Hábil. - Tener ética profesional. - Organizado - Responsable. 	<p>Organizar toda información tributaria y económica que va recopilando el restaurante.</p>
Chef	<ul style="list-style-type: none"> - Líder. - Trabajo en equipo. - Hábil. - Compartidor funciones. 	<p>Es el encargado de la planificación del menú, se encarga de supervisar a los auxiliares para el correcto manejo y preparación de los alimentos.</p>
Cocineros	<ul style="list-style-type: none"> - Comprometido. - Estratégico. - Responsable. - Motivador. 	<p>Responsable de la sazón de las comidas del restaurante, Es el encargado de la planificación del menú, se encarga de asegurarse de que estén bien preparados los alimentos, entregar los platos a los meseros.</p>
Auxiliares de limpieza cocina	<ul style="list-style-type: none"> - Hábil. - Responsable. - aseado 	<p>Es el personal que cumple con las funciones asignadas a lavar, limpiar, y dejar todo el su lugar.</p>
Jefe de meseros	<ul style="list-style-type: none"> - supervisar - gestionar las mesas - organizar eventos - mejora de logística 	<p>Encargado de dirigir, planificar, organizar, desarrollar y controlar el funcionamiento del restaurante</p>

Personal de limpieza	- Responsable. - Habilidad. - Amable.	Son los encargados del aseo de las áreas del restaurante correspondiente.
Meseros	- Honesto. - Amable. - Hábiles. - Responsables.	Son los encargados de la prestación del servicio directo con los clientes y organizador de las sillas y mesas.

Nota. Elaboración propia (2022).

En el manual de funciones, nos evidencia los recursos y control de las actividades, mediante algunos lineamientos y políticas del restaurante.

6.2.6 Logotipo

A continuación, se presenta el logo empresarial del Restaurante Rapi Delicias, en la que muestra una respectiva imagen frente a la sociedad. Se diseña el presente logo, ya que es el símbolo por el que los clientes reconocerá el restaurante, el logo es la imagen del negocio y la marca en el mercado.

Figura 18.

Logo empresarial



Elaboración propia, (2022).

La figura 18 corresponde a la línea gráfica, es decir, el logo de la marca que identifica y diferencia a Rapi Delicias en el mercado de las comidas rápidas.

6.2.7 *Valores corporativos*

Rapi Delicias aplica los siguientes valores corporativos que reflejan la esencia, la identidad y el espíritu del negocio:

Confianza: Factor que nos caracterizará por brindar un excelente servicio y calidad en los productos.

Honestidad: Actuar de manera íntegra, responsable durante la prestación de los servicios.

Trabajo en equipo: Tener una excelente comunicación, respeto y una buena división de las tareas para crear un ambiente laboral satisfactorio.

6.2.8 *Tipo de sociedad*

El restaurante se pretende crear mediante una Sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S, ya que en este tipo de sociedad brinda oportunidades de descuentos legales que se transforma en una reducción de costos para la empresa. Se tiene en cuenta la ley 1258 del 5 de diciembre del 2008, por cual se dictan las disposiciones generales para la creación de una Sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S, es el tipo de compañía más sofisticado en Colombia, cuya naturaleza es comercial, que puede constituirse unilateralmente y además se formaliza mediante documento privado. Nace con la intención de estimular la creación de empresa en Colombia ya que cuenta con más flexibilidad para establecer sus reglas de funcionamiento y simpleza para su constitución.

6.2.8.1 **Beneficios de la S.A.S.**

- El proceso es más ágil e implica menores costos
- Si eres único emprendedor, puedes constituir una empresa con el objetivo de darle más credibilidad a su negocio.
- Es más fácil acceder a fondos de Venture Capital pues ya tienes acciones para entregarle a los inversionistas y unos estatutos para gobernar la sociedad que son o se pueden volver más flexibles.
- El emprendedor no se ve obligado a crear la junta directiva, ni tampoco a cumplir ciertos requisitos como la pluralidad de socios.
- Al ser más flexible y no está tan regulada, permite elegir las normas que más convengan a los intereses del emprendimiento.
- Si por alguna situación decides liquidar la empresa, los accionistas sólo responderán a sus acreedores por el monto de los aportes.

Nota. Información tomada de (Legal, 2021).

6.2.8.2 Requisitos para crear una S.A.S

- Homonomía. Elige el nombre de tu empresa y comprueba ante el RUES si se encuentra disponible.

- Elabora tus propios estatutos. Sobre todo, por si quieres vincular más personas a la sociedad.

- Auténtica los estatutos.

- Recolecta los documentos necesarios para crear empresa. Como lo son el certificado de existencia, cedula del representante legal, formulario del registro único empresarial, Rut, estatutos, declaración de situación de control.

- Realiza el trámite de inscripción ante la cámara de comercio

- Haz el registro ante la DIAN para obtener un RUT

Nota. Información tomada de (Legal, 2021).

6.2.9 Estado actual del negocio

Es importante para el restaurante Rapi Delicias vele, por la seguridad de los clientes. El estudio actual de negocio tiene como fin establecer técnicas e instrumentos para buena prestación del servicio, tanto en la calidad y presentación de los platos de comidas rápidas y la inclusión de los platos típicos regionales de la ciudad de Villavicencio y su área periferia.

6.2.10 Análisis de la categoría

Las comidas rápidas son platos tradicionales de una región que para nuestro caso es la gastronomía de los llanos orientales, y son alimentos que tiene una excelente aceptación en la alimentación de los villavicenses. Un restaurante que ofrece en su menú variedad de platos típicos regionales, busca un servicio de alta calidad, la temática debe ser llamativa y debe ser un establecimiento innovador al momento de ofrecer los servicios.

6.2.11 Productos para ofrecer

En la tabla 6 se evidencia los productos que se pretende dar a conocer a nuestros clientes, para su debido consumo.

7.

Tabla 6.

Cartas de productos a ofrecer

ALIMENTO	NOMBRE DEL PRODUCTO
	Salchipapas
	Perros Calientes
	Hamburguesas
	Patacón de Carne, Pollo, Mixto



Gaseosas



Jugos Naturales



Salsa de Tártara, Mostaza, Rosada.
BBQ, Tomate, Guacamole con Ají.

Elaboración propia (2022).

7.1 Aspectos Financieros

7.1.1 Resumen de Inversiones Requeridas

Para la puesta en marcha del restaurante Rapi Delicias, se necesita utilizar equipos de cocina y utensilios fundamentales para la operación del restaurante, entre ellos los que se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 7.

Equipos de Inversión inicial

	Maquinaria y Equipo
Estufas Industrial	\$ 5.000.000
Licadoras	\$ 1.000.000
Neveras	\$ 3.200.000
Congeladores	\$ 3.000.000
Hornos	\$ 3.000.000
Elementos como ollas, menajes y otros	\$ 1.500.000
Cucharas, tenedores y cuchillos	\$ 300.000
TOTAL	\$ 17.000.000

Nota. Elaboración propia (2022).

El proyecto empresarial del restaurante requiere igualmente de inversiones en muebles, enseres y ambientación del local para que permitan el buen funcionamiento del negocio, entre ellos:

Tabla 8.

Inversión de Muebles y Enseres

Muebles y enseres	
Mesas	\$ 2.000.000
Sillas	\$ 2.000.000
Decoración	\$ 4.000.000
Sonido	\$ 2.000.000
Televisor	\$ 4.000.000
TOTAL	\$ 14.000.000

Nota. Elaboración propia (2022).

Se tiene presupuestado destinar para la compra de elementos de salud y protección personal para los empleados, con el fin de brindar un servicio seguro.

Tabla 9.

Elementos de salud y seguridad

Elementos de Salud y Seguridad	
Elemento	Valor
Uniformes Meseros y Chef	\$ 2.000.000
Uniformes para personal de limpieza	\$ 1.000.000
Botiquín de primeros auxilios	\$ 400.000
Camilla de emergencia	\$ 350.000
Señales de emergencia	\$ 250.000
TOTAL	\$ 4.000.000

Elaboración propia, (2022).

7.1.2 Proyecciones de costos.

Se realiza la proyección de los costos de la producción mensual, que se van a ejecutar durante el año, esto con el fin de presupuestar los costos de Rapi Delicias en la ciudad de Villavicencio.

Tabla 10.*Costos de producción de cada plato*

Alimento	Producto	Unidad Monetaria	Cantidades	Precio Unitario	Valor total
Hamburguesas	Pan	Unidades	300	1.500	450.000
	Carnes	Libras	80	12.000	960.000
	Queso tajado	Libras	50	9.000	450.000
	Cebolla	Libras	20	1.500	30.000
	Tomate	Libras	20	1.800	36.000
	Lechuga	Libras	10	1.600	16.000
	Perros Calientes	Pan	Unidades	300	1.500
Papas fritas		Libras	40	3.500	140.000
Queso		Libras	40	8.500	340.000
Tomate		Libras	20	1.800	36.000
Salchicha		Unidades	200	1.500	300.000
Patacón de Pollo o Mixto		Carne, y Pollo	Libras	80	12.000
	Plátano	Unidades	200	1.000	200.000
	Aceite	Litros	20	5.000	100.000
	Cebolla	Libras	20	1.500	30.000
	Tomate	Libras	20	1.800	36.000
	Ajo	Libras	10	600	6.000
	Salchipapas	Salchicha	Unidades	200	1.500
Papas		Libras	50	1.200	600.000
Sal		Libras	20	1.500	30.000
Aceite		Litros	20	5.000	100.000
Salsas	Rosada	Libras	10	6.000	60.000
	Tártara	Libras	10	6.800	68.000
	Mostaza	Libras	10	7.400	74.000
	Mayonesa	Libras	10	7.000	70.000
	BBQ	Libras	10	9.200	92.000

Bebidas	Gaseosas	350ml	250	1.200	300.000
	Jugos Naturales	250ml	200	1.000	200.000
	Aguas	250ml	50	1.000	50.000
Total					6.484.000

Elaboración propia (2022).

En la tabla 10 se describen los costos de las materias primas necesarias para preparar cada uno de los platos a ofrecer en el menú Rapi Delicias.

Tabla 11.

Total costos producción de productos anual

PLATOS	PRODUCTOS	VALOR ANUAL
Hamburguesas	Carnes	13.000.000
	Pan	4.940.000
	Queso Tajado	5.435.900
	Cebolla	363.600
	Tomate	417.000
	Lechuga	214.000
Perros Calientes	Papas Fritas en Trozos	1.682.000
	Pan	4.800.000
	Queso Entero	3.815.000
	Tomate	401.600
	Salchichas	4.080.000
Patacones de Carne, Pollo y Mixto	Plátano	2.420.000
	Carne, Pollo	10.085.000
	Aceite	1.860.000
	Cebolla	363.600
	Tomate	417.000
	Ajo	92.200
Salchipapas	Salchichas	4.190.000
	Papas tajadas	2.400.500
	Sal	373.000
	Aceite	1.875.000

Salsas	Rosada	1.055.500
	Tártara	1.107.400
	Mostaza	1.034.900
	Mayonesa	1.111.700
	BBQ	1.638.100
Bebidas	Gaseosas	3.573.300
	Jugos Naturales	3.055.200
	Aguas	811.100
VALOR TOTAL.		76.692.600

Nota. Elaboración propia (2022).

En la tabla 11 se evidencia los costos de los productos que se utilizaran durante un año, para llevar a cabo la preparación de cada uno de los tipos de comida que se van a ofrecer a los clientes.

Tabla 12.

Costos mensuales de producción en los 3 primeros años

	2023	2024	2025
Enero	6.350.000	6.400.000	6.510.000
Febrero	6.523.000	6.530.000	6.550.000
Marzo	6.557.200	6.600.000	6.630.000
Abril	6.278.000	6.480.000	6.500.000
Mayo	6.374.000	6.400.000	6.440.000
Junio	5.752.000	6.000.000	6.120.000
Julio	6.172.000	6.370.000	6.410.000
Agosto	6.310.700	6.400.000	6.450.000
Septiembre	5.860.700	6.000.000	6.050.000
Octubre	6.541.000	6.800.000	6.700.000
Noviembre	6.727.000	7.000.000	6.900.000
Diciembre	7.247.000	7.500.000	7.800.000
TOTAL	76.692.600	78.480.000	79.060.000

Nota. Elaboración propia (2022).

Al realizar la proyección de ventas mensuales que podría reflejar Rapi Delicias, se realiza un aproximado de costos en los que se va a incurrir al momento de la preparación de los platos que se ofrecerán como comidas rápidas y típicas, dentro de estos costos se incluye los ingredientes de cada uno de los platos ofertados.

A continuación, se presenta los gastos de la nómina y provisiones que el restaurante Rapi Delicias llevara a cabo cada mes.

Figura 19.

Costo de nómina

IDENTIFICACION	NOMBRE	SUELDO		DEVENGADO				DEDUCCIONES				NETO A PAGAR
		BASICO	DIAS TRABAJADO	SUBSIDIO			TOTAL	FONDO			TOTAL	
				SUELDO	TRANSPORTE	COMISIONES		SALUD	PENSION	SOLIDARIDAD		
1	Gerente	1.000.000	30	1.000.000	98.000	-	1.098.000	80.000	80.000	-	160.000	938.000
2	Chef	1.000.000	30	1.000.000	98.000	-	1.098.000	40.000	40.000	-	80.000	1.018.000
3	Cocineros	900.000	30	900.000	98.000	-	998.000	40.000	40.000	-	80.000	918.000
	Jefe de											
4	meseros	1.000.000	30	1.000.000	-	-	1.000.000	70.000	70.000	-	140.000	860.000
5	Meseros Personal	900.000	30	900.000	-	-	900.000	40.000	40.000	-	80.000	820.000
6	Limpieza	900.000	30	900.000	-	-	900.000	40.000	40.000	-	80.000	820.000
		5.700.000		5.700.000	294.000	-	5.994.000	310.000	310.000	-	620.000	5.374.000

Figura 20.

Prestaciones sociales y seguridad social

PROVISIONES DE NOMINA A CARGO DE LOS EMPLEADORES	
Cesantias	499.300
Intereses sobre cesantias	59.916
Prima de servicios	499.300
Vacaciones	237.690
Aportes a administradoras de riesgos profesionales, ARP	29.754
Aportes a entidades promotoras de salud, EPS	484.500
Aportes a fondos de pensiones y/o cesantias	684.000
Aportes cajas de compensación familiar	228.000
Aportes ICBF	171.000
SENA	114.000
TOTAL	3.007.460

Elaboración propia, (2022).

Se puede evidenciar en las figuras 19 y 20, que corresponde al Gasto de Nómina, Prestaciones Sociales y Parafiscales que adquiere el restaurante Rapi Delicias por los servicios prestados por el personal.

Tabla 13.

Gastos Operacionales del Restaurante

	2023	2024	2025
Servicios Públicos	200.000	260.000	270.000
Telefonía, Internet y Televisión	140.000	170.000	180.000
Arrendamiento	750.000	800.000	850.000
Pago de nomina	5.378.000	5.450.000	5.520.000
Auxilio de transporte	466.000	480.000	500.000
Prestaciones sociales	1.248.000	1.350.000	1.510.000
Seguridad social	1.175.000	1.300.000	1.400.000
TOTAL	9.357.000	9.810.000	10.230.000
TOTAL, ANUAL	112.284.000	117.720.000	122.760.000

Nota. Elaboración propia (2022).

Se analiza la proyección de los gastos operacionales mensuales que podría tener Rapi Delicias, en cuestiones de por cada empleado y por los servicios importantes que se debe tener en los años 2023 y 2024.

7.1.3 Proyecciones de ventas y rentabilidad

Se realiza una proyección de venta, de las que se van a ejecutar durante el año, esto con el fin de conocer la rentabilidad del plan de negocio, y presupuestar los costos y gastos de Rapi Delicias en la ciudad de Villavicencio.

Figura 21.*Proyección de ventas año 2023*

PROYECCION DE VENTAS AÑO 2023								
MES	Hamburguesas	Perros Calientes	Salchipapas	Patacon con Carne	Gaseosas	Jugos Naturales	Agua	Total
Enero	3.800.000	3.600.000	3.500.000	3.150.000	1.100.000	1.000.000	500.000	16.650.000
Febrero	3.820.000	3.550.000	3.480.000	3.250.000	1.230.000	1.240.000	450.000	17.020.000
Marzo	3.850.000	3.720.000	3.450.000	3.470.000	1.400.000	1.390.000	470.000	17.750.000
Abril	3.790.000	3.800.000	3.600.000	3.450.000	1.350.000	1.470.000	550.000	18.010.000
Mayo	3.900.000	3.750.000	3.670.000	3.560.000	1.500.000	1.550.000	560.000	18.490.000
Junio	4.200.000	3.990.000	3.690.000	3.610.000	1.480.000	1.540.000	590.000	19.100.000
Julio	4.130.000	4.000.000	3.740.000	3.660.000	1.450.000	1.580.000	660.000	19.220.000
Agosto	4.300.000	4.130.000	3.860.000	3.800.000	1.600.000	1.610.000	690.000	19.990.000
Septiembre	4.320.000	4.250.000	3.900.000	3.710.000	1.580.000	1.680.000	780.000	20.220.000
Octubre	4.600.000	4.390.000	4.070.000	3.770.000	1.630.000	1.670.000	850.000	20.980.000
Noviembre	5.200.000	4.700.000	4.220.000	3.850.000	1.860.000	1.900.000	950.000	22.680.000
Diciembre	5.500.000	5.150.000	4.790.000	4.130.000	2.600.000	2.100.000	1.000.000	25.270.000
Total	51.410.000	49.030.000	45.970.000	43.410.000	18.780.000	18.730.000	8.050.000	235.380.000

Figura 22.*Proyección de ventas año 2024*

PROYECCION DE VENTAS AÑO 2024								
MES	Hamburguesas	Perros Calientes	Salchipapas	Patacon con Carne	Gaseosas	Jugos Naturales	Agua	Total
Enero	4.200.000	3.800.000	3.500.000	3.150.000	1.500.000	1.200.000	520.000	17.870.000
Febrero	4.300.000	3.980.000	3.480.000	3.250.000	1.540.000	1.260.000	580.000	18.390.000
Marzo	4.450.000	4.130.000	3.450.000	3.470.000	1.470.000	1.380.000	570.000	18.920.000
Abril	4.200.000	4.250.000	3.600.000	3.680.000	1.450.000	1.470.000	550.000	19.200.000
Mayo	4.330.000	4.300.000	3.670.000	3.760.000	1.500.000	1.550.000	580.000	19.690.000
Junio	4.350.000	4.420.000	3.690.000	3.900.000	1.520.000	1.540.000	600.000	20.020.000
Julio	4.400.000	4.480.000	3.740.000	4.200.000	1.560.000	1.620.000	660.000	20.660.000
Agosto	4.380.000	4.600.000	3.860.000	4.090.000	1.600.000	1.630.000	720.000	20.880.000
Septiembre	4.500.000	4.500.000	3.900.000	4.400.000	1.620.000	1.680.000	800.000	21.400.000
Octubre	4.780.000	4.650.000	4.070.000	4.900.000	1.650.000	1.750.000	870.000	22.670.000
Noviembre	5.350.000	4.900.000	4.680.000	5.270.000	1.900.000	1.980.000	1.200.000	25.280.000
Diciembre	5.680.000	5.400.000	5.230.000	5.300.000	1.800.000	2.370.000	1.500.000	27.280.000
Total	54.920.000	53.410.000	46.870.000	49.370.000	19.110.000	19.430.000	9.150.000	252.260.000

Elaboración propia (2022).

Los precios de platos que manejarán el restaurante Rapi Delicias para los años 2023 y 2024, tendrán un promedio de \$5.000 a \$35.000 pesos, teniendo presente los ingredientes que se implementara a cada uno de ellos. Para ello se plantea el número de ventas y clientes durante los meses en los que setendrá mayor número de clientes y ventas cada mes, ya sea por las fechas especiales.

7.1.4 Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad

7.1.4.1 Inversión inicial

Una vez analizados los resultados de la encuesta aplicada, estudio de mercado, se establece la inversión con la que iniciará el Restaurante Rapi Delicias.

El restaurante, cuenta con un aporte de \$35.000.000 de los 2 socios, como iniciativa para el desarrollo del proyecto.

Tabla 14.

Inversión en maquinaria, equipos, muebles y enseres

<u>INVERSION</u>	<u>INICIAL</u>
Maquinaria y Equipos	17.000.000
Muebles y Enseres	14.000.000
Elementos salud y protección	4.000.000
Total, Inversiones	35.000.000

Nota. Elaboración propia, (2022).

se evidencia en la tabla 14, el total de las inversiones de maquinarias, equipos, muebles y enseres que presentara el restaurante.

7.1.4.2 Estados financieros

Tabla 15.

Estados Resultados Integral

Restaurante Rapi Delicias
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2023 y 2024
Información en pesos colombianos

INGRESOS	DICIEM. 31 DE 2023	DICIEM. 31 DE 2024
INGRESOS POR OPERACIONES ORDINARIAS		
<i>Venta</i>	235.380.000	252.260.000
TOTAL, INGRESOS POR OPERACIONES ORDINARIAS	235.380.000	252.260.000
COSTOS DE VENTAS		
<i>Costo de Ventas</i>	76.693.000	78.480.000
TOTAL, COSTOS DE VENTAS	76.693.000	78.480.000

UTILIDAD BRUTA EN OPERACIONES	158.687.000	173.780.000
GASTOS ORDINARIOS		
<i>operacionales de Administración</i>	34.668.000	37.560.000
<i>Arrendamientos</i>	9.000.000	9.600.000
<i>Servicios</i>	4.080.000	5.160.000
<i>Gastos</i>	64.536.000	65.400.000
TOTAL, GASTOS ORDINARIOS	112.284.000	117.720.000
UTILIDAD EN OPERACIONES	46.403.000	56.060.000
<i>Otros Ingresos</i>	-	-
<i>Otros costos</i>	-	-
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	46.403.000	56.060.000
PROVISION IMPUESTO RENTA	18.900.000	21.780.000
UTILIDAD DEL PERIODO	27.503.000	34.280.000
RESERVA LEGAL 10%	2.750.300	3.428.000
UTILIDAD NETA DEL PERIODO	24.752.700	30.852.000

Edwar Yesid Mora

Edwar Yesid Mora Barbosa

Representante Legal

Nota. Elaboración propia. (2022).

Jessica Noreña R.

Jessica Alejandra Noreña Rivas

Contadora Publica TP. 356784-T

Se evidencia en la tabla 15 sobre los Estado de Resultado Integral, que la utilidad neta para los años 2023 y 2024, arroja una buena utilidad; esto significa que la idea de negocio del restaurante es bien recibida por los habitantes del sector Parcelas San Carlos.

Tabla 16.*Estados financieros*

Restaurante Rapi Delicias
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2023 y 2024
Información en pesos colombianos

ACTIVO	DICIEM. 31 DE 2022	DICIEM. 31 DE 2023	DICIEM. 31 DE 2024
ACTIVO CORRIENTE			
<i>Efectivo y equivalentes</i>	4.000.000	29.000.000	30.000.000
<i>Inventarios</i>	-	6.000.000	9.000.000
TOTAL, ACTIVO CORRIENTE	15.000.000	35.000.000	39.000.000
ACTIVO NO CORRIENTE			
<i>Maquinaria y Equipo</i>	17.000.000	28.000.000	32.000.000
<i>Muebles y Enceres</i>	14.000.000	15.221.000	17.034.000
TOTAL, ACTIVO NO CORRIENTE	31.000.000	43.221.000	49.034.000
TOTAL, ACTIVO	35.000.000	78.221.000	88.034.000
PASIVO			
PASIVO CORRIENTE			
<i>Acreedores comerciales y otras cuentas por cobrar</i>	-	2.500.000	3.800.000
<i>Pasivos por impuestos corrientes</i>	-	8.168.000	10.182.000
<i>Beneficios a empleados</i>	-	2.800.000	3.200.000
TOTAL, PASIVO CORRIENTE	-	13.468.000	17.182.000
PASIVO NO CORRIENTE			
<i>Cuentas con accionistas</i>	-	-	-
TOTAL, PASIVO NO CORRIENTE	-	13.468.000	17.182.000
TOTAL, PASIVOS	-	13.468.000	17.182.000
PATRIMONIO			
<i>Capital suscrito y pagado</i>	35.000.000	40.000.000	40.000.000

<i>Reserva Legal</i>	-	2.475.000	3.085.000
<i>Utilidad del ejercicio</i>	-	22.278.000	27.767.000
<i>TOTAL, PATRIMONIO</i>		<i>35.000.000</i>	<i>64.753.000 70.852.000</i>
<i>TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO</i>		<i>35.000.000</i>	<i>78.221.000 88.034.000</i>

Edwar Yesid Mora

Edwar Yesid Mora Barbosa

Representante Legal

Jessica Noreña R.

Jessica Alejandra Noreña Rivas

Contadora Publica TP. 356784-T

Nota. Elaboración propia (2022).

En los estados financieros, del restaurante, se evidencia una buena rentabilidad, lo que quiere decir que es muy beneficioso. Se puede decir también que en los ítems como lo son Maquinaria y Equipo, Muebles y Enseres, presenta un incremento parcial sobre la participación de cada uno de los demás ítems de los estados financieros.

CONCLUSIONES

En el presente plan de negocios, se evidencia los resultados de un estudio de mercado, en donde se reconocen e identifican razones y características, que determinan la viabilidad de crear un restaurante de comidas rápidas en el barrio Parcelas de San Carlos de la ciudad de Villavicencio. Dicha decisión parte de aspectos reflejados en el estudio en donde se muestra, como la empresa tiene un amplio mercado a su favor dada a su ubicación y las características de la población que visita el lugar

La propuesta en desarrollo beneficia a una población aproximada de 1750 personas que viven en el barrio, en la que se percibe el grado de aceptación del restaurante. Desde el análisis descriptivo de los datos, es algo concluyente la opinión por género, ya que en la muestra de estudio 170 en total que aplicaron la encuesta, se evidencia que las mujeres son aquellas que propician una mejor inclinación hacia el uso y degustación de los alimentos en el lugar, determinando un buen nicho de ventas en este grupo poblacional, ya que el género femenino suele distinguir la calidad y el sabor de los alimentos preparados con mayor percepción (Otterbring, 2017). El estudio de mercado también evidencia un 95% de posibilidad frente a las expectativas de éxito del restaurante Rapi-Delicias, dichas expectativas se generan alrededor de ofrecer alimentos bien preparados, de buena calidad y un buen servicio.

Ahora desde el punto de vista del consumo, es claro determinar el gusto que se tiene por las comidas rápidas se evidencia en muchos contextos, por ejemplo, Boragnio y Sordini (2019), llaman la atención cuando determinan que las prácticas de la comida chatarra, está en los sentimientos determinados por una sensibilidad social, desde esta percepción en otros contextos, una mirada a los resultados obtenidos en el presente trabajo hace referencia a que el 88% de los encuestados, siente gusto y atracción por las comidas rápidas, siendo este un buen indicador, determinante para la ejecución del proyecto reflejado en la implementación de un restaurante cuyo producto principal es este tipo de alimento.

Los resultados fueron positivos, los cuales permiten analizar las expectativas, las necesidades y la posibilidad de llevar a cabo la idea de negocio, en el sector de restaurantes de comidas rápidas en la ciudad de Villavicencio.

En el estudio de la proyección de ventas, se identifica que el restaurante puede ser rentable con precios acordes y justos a sus clientes, teniendo en cuenta que la mayoría de las familias de

este sector poseen en su núcleo familiar entre 3 a 5 miembros llevando a cabo un servicio de alta calidad.

En el estudio de ventas, se analiza que el restaurante puede ser rentable proporcionando precios justos a sus posibles clientes, teniendo en cuenta que la mayoría de las familias que habitan en Parcelas San Carlos, tienen de 3 a 5 integrantes en su núcleo familiar. Mediante este estudio se tiene en cuenta a largo plazo, para ampliar el negocio, por medio de sucursales en otras ciudades de Colombia, con el fin de llegar a varias partes de este país, logrando y brindando un excelente servicio de calidad y presentación a cada uno de los clientes.

Por otro lado, se tiene en cuenta las fuentes donde se tomó información para el desarrollo de esta idea de negocio, se realiza con diferentes fines que dieran las posibilidades de lograr aprender nuevas cosas al momento de cómo crear una empresa.

El estudio presupuestal de los ingresos y egresos, igual que el estudio de mercados, arroja como resultados la viabilidad de la creación del restaurante Rapi Delicias, que según cálculos muestra unos ingresos por ventas para el primer año de \$ 235.380.000 de pesos, frente a unos costos de producción de \$ 76.693.000 de pesos y unos gastos administrativos y de ventas de \$ 112.284.000 de pesos, arrojando una utilidad antes de impuestos de \$ 46.403.000 de pesos; mientras que los aportes de los socios es de \$ 35.000.000 millones, obteniendo un promedio de utilidad para el primer año correspondió al 15% de las ventas.

8. RECOMENDACIONES

Considerar a futuro la implementación de nuevas estrategias de marketing con el fin de poder captar a más consumidores, para lograr una mejor posición en el mercado. Diseñar a futuro una matriz DOFA del restaurante con la finalidad de identificar los aspectos internos y externos con los que cuenta el restaurante.

Se debe tener en cuenta que cada vez más los consumidores buscan que sus alimentos no afecten negativamente al medio ambiente, ni durante la producción de los insumos, la elaboración del plato y la disposición final de los residuos; por tanto la sostenibilidad de un restaurante de comidas rápidas parte del compromiso ambiental y social de sus administradores, cuyo objetivo es generar rentabilidad mientras reduce el impacto ambiental, conservando los recursos naturales y mejorando su huella social.

Por otro lado, se recomienda implementar un esquema para al momento de contratar personal, donde se observe que puedan cumplir con las responsabilidades de cada cargo, como se define en el manual de funciones, también como se estipula en el documento de la creación de una SAS, se recomienda demasiado, debido a su composición corresponde mediante dos socios, para el momento de repartir utilidades o ganancias que se presenten en el transcurso de su ejecución.

9. REFERENCIAS

- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de Marketing*. (B. G. Hernández, Ed., & G. D. Chávez, Trad.) Mexico: PEARSON EDUCACIÓN. Obtenido de <https://bit.ly/3Ddt6Es>
- Benjamín Betancourt, G. (2015). *Análisis Sectorial y Competividad*. ECOE EDICIONES. Obtenido de <https://bit.ly/3Oo5OAT>
- Bonilla Prada, D., Camacho López, D., & Peñaranda Pineda, N. (2019). *Teletrabajo como factor innovador para las mipymes en la ciudad de Santa Marta*. Repositorio Universidad Cooperativa de Colombia. Santa Marta: Repositorio Universidad Cooperativa de Colombia.
- Boragnio, A., & Sordini, M. V. (2019). *Gustos y Prácticas Alimentarias*. Argentina: Gustos y prácticas alimentarias de mujeres empleadas de oficinas públicas y mujeres destinatarias de programas alimentarios.
- Cocina, L. (2014). *Larousse cocina*. Obtenido de <https://bit.ly/3xdpwct>
- David, P. L. (2019). Plan de negocio Tropicales Food Truck. [Tesis de pregrado Universidad Santo Tomás]. Repositorio Institucional USTA. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/15377>
- Gerardo, J., & Adam Jay, B. (2009). *El modelo de negocio en la práctica y sus implicaciones para la investigación empresarial*. Obtenido de [Teoría y Práctica del Emprendimiento]: <https://bit.ly/396qHjT>
- Gil, S. (1 de julio de 2015). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/empleo.html>
- Gil, S. (2015). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/empresario.html>
- Google Maps. (2021). Google. Obtenido de <https://www.google.com/maps/place/Condominio+Parcelas+De+San+Carlos>
- Health, C. f. (2019). *Center for Young Women's Health*. Obtenido de <https://youngwomenshealth.org/2009/06/16/comida-rapida/>
- Hernandez Sampieri, C. &. (2014). *metodología investigación*. Obtenido de <https://bit.ly/3qMWImO>
- Humphreys, p. (2012). *La importancia de la visión*. Obtenido de <https://revistamarina.cl/revistas/2012/2/correa.pdf>

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Decimo Primera Edicion. Obtenido de <https://bit.ly/3K2GlcX>
- Lamb, C., Hair, j., & McDaniel, C. (2014). *Marketing 11va Edicion*. Obtenido de [Compañía deCengage Learning, Inc]: https://www.academia.edu/36580935/Marketing_Lamb_Hair_and_McDaniel_11va_Edicion
- Legal, P. (12 de Agosto de 2021). Blog Crear SAS. Bogota. Obtenido de <https://bit.ly/3OuzUm9>
- Morales, C. M. (2010). *Coleccion Gerencia de Proyectos: Formulación y Evaluación de Proyectos*. Obtenido de Estudio organizacional y legal: https://fyedeproyectos2.files.wordpress.com/2010/07/notas-de-clase_1.pdf
- Pais, C. (2020). *Gastronomia colombiana*. Obtenido de <https://colombiapais.com/index.html>
- Peiro, R. (14 de noviembre de 2019). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/innovacion-2.html>
- Pinillos Pirazán, O. A., Lozano Salas, N. L., & Rojas Riveros, A. F. (2018). Plan de negocios para restaurante de comida saludable Arándano & Kiwi. [Tesis de pregrado Universidad Cooperativa de Colombia]. *Repositorio Institucional UCC*. Obtenido de <http://104.192.4.203:8082/handle/20.500.12494/6772>
- Ramírez Arias, B. E., & Rojas Martínez, C. (2020). Plan de negocio restaurante Los 80'S RAMAR, en la ciudad de Villavicencio. [Trabajo de pregrado, Universidad de Cooperativa]. *Repositorio Institucional UCC*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12494/32549>
- Resico, M. F. (2011). *Introduccion a la Economia Social de Mercado*. Obtenido de Edición Latinoamericana [en línea]. Buenos Aires : Konrad Adenauer Stiftung: <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/2366>
- Sanchez, J. (2 de diciembre de 2015). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/empresa.html>
- Sanchez, J. (2 de marzo de 2016). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/consumidor.html>
- Weinberger Villarán, K. (2009). *Plan de negocios : herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). Obtenido de <https://bit.ly/3rC7vAQ>

Firmas de compromiso y aval para sustentar

Eduyer Yesid Mora.

Nombres y apellidos completos

Firma estudiante

Jessica Noreña R.

Nombres y apellidos completos

Firma estudiante

Amirico

Nombre del profesor director

Aval para sustentar

Anexos

Anexo A. Encuesta o entrevista (Instrumento)



Anexo A 1. Evidencia encuesta.



Anexo A 2. Resultado encuesta pregunta 1.

Responder	Contar	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
Masculino	78	46.15%	<div style="width: 46.15%;"></div>				
Femenino	87	51.48%	<div style="width: 51.48%;"></div>				
Otro	4	2.37%	<div style="width: 2.37%;"></div>				
Total	169	100%					

Anexo A 3. Resultado encuesta pregunta 2.

Responder	Contar	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
Entre 10 a 25 años	79	45.93%					
Entre 26 a 40 años	55	31.98%					
Entre 41 a 50 años	20	11.63%					
Mas de 50 años	18	10.47%					
Total	172	100%					

Anexo A 4. Resultado encuesta pregunta 3.

Responder	Contar	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
Si	150	88.24%					
No	20	11.76%					
Total	170	100%					

Anexo A 5. Resultado encuesta pregunta 4.

Responder	Contar	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
Entre 1 y 2	113	65.7%					
Entre 3 y 4	51	29.65%					
Entre 5 y 6	8	4.65%					
Total	172	100%					

Anexo A 6. Resultado encuesta pregunta 5.

Responder	Contar	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
Subway	26	15.12%					
McDonald's	32	18.6%					
Burger King	43	25%					
El corral	61	35.47%					
Otro Cual _____	10	5.81%					
Total	172	100%					

Anexo A 7. Resultado encuesta pregunta 6.

Responder	Contar	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
Una vez por semana	56	32.94%					
De dos a tres veces por semana	96	56.47%					
Mas de tres veces	18	10.59%					
Total	170	100%					

Anexo A 8. Resultado encuesta pregunta 7.

Responder	Contar	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
Gaseosas	85	49.71%					
Bebidas calientes	10	5.85%					
Jugos naturales	75	43.86%					
Otros Cual _____	1	0.58%					
Total	171	100%					

Anexo A 9. Resultado encuesta pregunta 8.

Responder	Contar	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
Entre 5.000 a 10.000	33	19.19%					
Entre 15.000 a 20.000	79	45.93%					
Entre 25.000 a 30.000	41	23.84%					
Mas de 30.000	19	11.05%					
Total	172	100%					

Anexo A 10. Resultado encuesta pregunta 9.

Responder	Contar	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
Precio	12	6.98%					
Buena atención	30	17.44%					
Ambiente agradable	19	11.05%					
Todas las anteriores	111	64.53%					
Total	172	100%					

Anexo A 11. Resultado encuesta pregunta 10.

Responder	Contar	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
Si	164	95.91%					
No	7	4.09%					
Total	171	100%					

Anexo A 12. Resultado encuesta pregunta 11.

Responder	Contar	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
Cartón	20	11.63%					
Incopor	11	6.4%					
Papel Aluminio	16	9.3%					
Empaque que no contamine el medio ambiente	125	72.67%					
Total	172	100%					

Anexo A 13. Resultado encuesta pregunta 12.

Responder	Contar	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
Hamburguesas	55	31.98%					
Perro Caliente	38	22.09%					
Salchipapas	44	25.58%					
Patacón	28	16.28%					
Otro Cual _____	7	4.07%					
Total	172	100%					

Anexo A 14. Resultado encuesta pregunta 13.

Responder	Contar	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
Salsa Tártara	29	16.86%					
Guacamole (aji)	35	20.35%					
Salsa BBQ	65	37.79%					
Salsa Rosada	39	22.67%					
Otro Cual _____	4	2.33%					
Total	172	100%					

Anexo A 15. Resultado encuesta pregunta 14.

Responder	Contar	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
En la mañana	10	5.81%					
En la tarde	64	37.21%					
En la noche	98	56.98%					
Total	172	100%					

Anexo A 16. Resultado encuesta pregunta 15.

Responder	Contar	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
Volantes	32	19.05%					
Redes sociales	136	80.95%					
Total	168	100%					

Anexo B. Inscripción CVLAC

<https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/EnRecursoHumano/query.do>

Datos generales	▼
Participación en grupos de investigación	
Actividades de formación	▼
Actividades como evaluador	▼
Apropiación social del conocimiento y Divulgación pública de la Ciencia	▼
Productos de Investigación + Creación	▼
Producción bibliográfica	▼
Producción técnica y tecnológica	▼
Demás trabajos	
Proyectos	
Reconocimientos	
Imprimir currículum	
Verificador de tipología "Nuevo"	
Verificador de información	

Edwar Yesid Mora

[Atrás](#) [Cambiar contraseña](#) [Editar datos básicos](#)

[Ayuda relacionada](#)



Datos Personales

Aquí están registrados sus datos personales. Si desea editarlos, haga clic en Editar; de lo contrario haga clic en Atrás. Si desea cambiar la Contraseña, haga clic en Cambiar contraseña.

Nombres (*)	Edwar Yesid
Primer apellido (*)	Mora
Segundo apellido	Barbosa
Nombre en citaciones bibliográficas	MORA BARBOSA, EDWAR YESID
Nacionalidad	Colombiana
Tipo documento	Cédula de Ciudadanía
Documento de identificación	1121937008
Lugar de expedición (*)	Colombia-META-VILLAVICENCIO
Cédula de extranjería N°	
Estado civil	Soltero(a)
Valor del H5	
Fuente del H5	

Datos de nacimiento

País y municipio de nacimiento	Colombia-META-VILLAVICENCIO
Fecha de nacimiento (aaaa-mm-dd) (*)	1996-08-04

<https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/EnRecursoHumano/query.do>

Datos generales	▼
Participación en grupos de investigación	
Actividades de formación	▼
Actividades como evaluador	▼
Apropiación social del conocimiento y Divulgación pública de la Ciencia	▼
Productos de Investigación + Creación	▼
Producción bibliográfica	▼
Producción técnica y tecnológica	▼
Demás trabajos	
Proyectos	
Reconocimientos	
Imprimir currículum	
Verificador de tipología "Nuevo"	
Verificador de información	

Jessica Alejandra Noreña

[Atrás](#) [Cambiar contraseña](#) [Editar datos básicos](#)

[Ayuda relacionada](#)



Datos Personales

Aquí están registrados sus datos personales. Si desea editarlos, haga clic en Editar; de lo contrario haga clic en Atrás. Si desea cambiar la Contraseña, haga clic en Cambiar contraseña.

Nombres (*)	Jessica Alejandra
Primer apellido (*)	Noreña
Segundo apellido	Rivas
Nombre en citaciones bibliográficas	NOREÑA RIVAS, JESSICA ALEJANDRA
Nacionalidad	Colombiana
Tipo documento	Cédula de Ciudadanía
Documento de identificación	1055000192
Lugar de expedición (*)	Colombia-CALDAS-CHINCHINÁ
Cédula de extranjería N°	
Estado civil	Soltero(a)
Valor del H5	
Fuente del H5	

Datos de nacimiento

País y municipio de nacimiento	Colombia-CALDAS-CHINCHINÁ
Fecha de nacimiento (aaaa-mm-dd) (*)	1999-09-05

Anexo C. imagen registro ORCID

Edwar Yesid Mora Barbosa

ORCID iD

<https://orcid.org/0000-0001-7381-4150>

[Ver versión pública](#)

[Mostrar su iD en otros sitios](#)

[Vista de impresión de registro público](#)

[Obtenga un código QR para su iD](#)

[También conocido como](#)

[País](#)

[Palabras clave](#)

[Sitios web](#)

[Otras ID](#)

Biografía



Empleo (0)

+ Agregar empleo

Ordenar

Aún no se ha agregado ningún empleo [Añadir empleador](#).

Educación y titulaciones (0)

+ Añadir titulación

+ Agregar educación

Ordenar

"Educación" enumera las organizaciones en las que se educó. [Añadir educación](#) o [añadir cualificación](#).

Posiciones invitadas y distinciones (0)

+ Añadir posición invitada

+ Añadir distinción

Ordenar

Una invitación a una posición es una invitación a una afiliación no laboral. Una distinción es un premio o distinción honorífico o de otro tipo. [Añadir posición invitada](#) o [añadir distinción](#).

Membresía y servicio (0)

+ Añadir servicio

+ Añadir afiliación

Ordenar

"Afiliación" es la afiliación a cualquier sociedad u organización. "Servicio" es la dedicación de tiempo, dinero u otros recursos. [Añadir afiliación](#) o [añadir servicio](#).

Financiamiento (0)

+ Agregar una fuente de financiamiento

Ordenar

No ha agregado ningún financiamiento [Añadir financiación](#).

Obras (0 of 0)

+ Agregar obras

Ordenar

No ha agregado ninguna obra, [Añadir trabajos](#).

[Ayuda](#)

Jessica Alejandra Noreña Rivas

ORCID iD

<https://orcid.org/0000-0001-6566-9096>

[Ver versión pública](#)

[Mostrar su iD en otros sitios](#)

[Vista de impresión de registro público](#)

[Obtenga un código QR para su iD](#)

[También conocido como](#)

[País](#)

[Palabras clave](#)

[Sitios web](#)

[Otras ID](#)

Biografía



Empleo (0)

+ Agregar empleo

Ordenar

Aún no se ha agregado ningún empleo [Añadir empleador](#).

Educación y titulaciones (0)

+ Añadir titulación

+ Agregar educación

Ordenar

"Educación" enumera las organizaciones en las que se educó. [Añadir educación](#) o [añadir cualificación](#).

Posiciones invitadas y distinciones (0)

+ Añadir posición invitada

+ Añadir distinción

Ordenar

Una invitación a una posición es una invitación a una afiliación no laboral. Una distinción es un premio o distinción honorífico o de otro tipo. [Añadir posición invitada](#) o [añadir distinción](#).

Membresía y servicio (0)

+ Añadir servicio

+ Añadir afiliación

Ordenar

"Afiliación" es la afiliación a cualquier sociedad u organización. "Servicio" es la dedicación de tiempo, dinero u otros recursos. [Añadir afiliación](#) o [añadir servicio](#).

Financiamiento (0)

+ Agregar una fuente de financiamiento

Ordenar

No ha agregado ningún financiamiento [Añadir financiación](#).

Obras (0 of 0)

+ Agregar obras

Ordenar

No ha agregado ninguna obra, [Añadir trabajos](#).

[Ayuda](#)

Anexo F. Aval del profesor

Aval profesor director

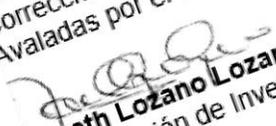
El suscrito profesor Aldemar Franco Montenegro, identificado con la C.C. No. 12.113.078 de Neiva (H), se permite dar AVAL de los compromisos cumplidos en el desarrollo del curso de opción de grado durante el segundo semestre del año 2021 con el proyecto titulado “Rapi Delicias” a lo(s) estudiante(s): Edwar Yesid Mora Barbosa y Jessica Alejandra Noreña Rivas. Trabajo desarrollado bajo la modalidad de Plan de Negocios

Dada en Villavicencio, a los 27 días de mayo de 2022.

Cortésmente,



Aldemar Franco Montenegro

Trabajo revisado y avalado con
Correcciones posteriores
Avaladas por el director

Janeth Lozano Lozano
Coordinación de Investigación
27-05-2022