



CARTA DE AUTORIZACIÓN

CÓDIGO

AP-BIB-FO-06

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

1 de 1

Neiva, 29 febrero del 2024

Señores
CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN
UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
Ciudad

El suscrito:

Libardo Andres Solano Arias, con C.C. No. 1075225605, Autor del trabajo de grado titulado Estudio De Prefactibilidad Para La Creación De Un Restaurante Picnic En El Sector Normandía-Vereda El Triunfo En El Municipio De Neiva–Huila, presentado y aprobado en el año 2022 como requisito para optar al título de Especialista en Alta Gerencia;

Autorizo al CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN de la Universidad Surcolombiana para que, con fines académicos, muestre al país y el exterior la producción intelectual de la Universidad Surcolombiana, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en los sitios web que administra la Universidad, en bases de datos, repositorio digital, catálogos y en otros sitios web, redes y sistemas de información nacionales e internacionales “open access” y en las redes de información con las cuales tenga convenio la Institución.
- Permita la consulta, la reproducción y préstamo a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato Cd-Rom o digital desde internet, intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer, dentro de los términos establecidos en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia.
- Continúo conservando los correspondientes derechos sin modificación o restricción alguna; puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación del derecho de autor y sus conexos.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

EL AUTOR/ESTUDIANTE: Libardo Andres Solano Arias

Firma: _____

Vigilada Mineducación



TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO: Estudio De Prefactibilidad Para La Creación De Un Restaurante Picnic En El Sector Normandía-Vereda El Triunfo En El Municipio De Neiva–Huila

AUTOR O AUTORES:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Libardo Andrés	Solano Arias

DIRECTOR Y CODIRECTOR TESIS:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
-	-

ASESOR (ES):

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Zapata Domínguez	Álvaro

PARA OPTAR AL TÍTULO DE: Especialista en Alta Gerencia

FACULTAD: Ciencias Económicas y Administrativas

PROGRAMA O POSGRADO: Alta Gerencia

CIUDAD: Neiva **AÑO DE PRESENTACIÓN:** 2024 **NÚMERO DE PÁGINAS:** 42

TIPO DE ILUSTRACIONES (Marcar con una X):

Diagramas Fotografías Grabaciones en discos ___ Ilustraciones en general Grabados ___
Láminas ___ Litografías ___ Mapas ___ Música impresa ___ Planos Retratos ___ Sin ilustraciones ___
Tablas o Cuadros

SOFTWARE requerido y/o especializado para la lectura del documento: Ninguno.

MATERIAL ANEXO: N/A



PREMIO O DISTINCIÓN (En caso de ser LAUREADAS o Meritoria): No

PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS:

	<u>Español</u>	<u>Inglés</u>		<u>Español</u>	<u>Inglés</u>
1.	<u>Prefactibilidad</u>	<u>Prefeasibility</u>	6.	<u>Actividad comercial</u>	<u>Commercial activity</u>
2.	<u>Picnic</u>	<u>Picnic</u>	7.	<u>Lujo</u>	<u>Luxury</u>
3.	<u>Restaurante</u>	<u>Restaurant</u>	8.	<u>Establecimiento</u>	<u>Establishment</u>
4.	<u>Análisis de mercado</u>	<u>Market Analysis</u>	9.	<u>Exclusividad</u>	<u>Exclusivity</u>
5.	<u>DANE</u>	<u>DANE</u>	10.	<u>Turismo</u>	<u>Tourism</u>

RESUMEN DEL CONTENIDO: (Máximo 250 palabras)

A partir de la adquisición de un terreno propio en el sector Normandía de la vereda El Triunfo se identificó una oportunidad de negocio para la creación de un establecimiento comercial en dicho sector. Se realizó una inspección de observación en el sector del triunfo y se anotaron los establecimientos en función de su cercanía a la vía principal, además de su actividad principal. Se realizó una inspección y análisis técnico al terreno adquirido con un arquitecto, donde a través de mediciones y análisis se determinó la estabilidad del terreno óptima para construcción. En términos de investigación, se decidió realizar un estudio de prefactibilidad incluyendo los aspectos técnicos, de mercado, legales, administrativos y organizacionales, así como económicos y financieros para determinar la viabilidad del proyecto. Se recopiló y analizó información estadística del DANE del último censo poblacional de 2018 para la ciudad de Neiva en función de estratos socio económicos y rangos por edad. Posterior a ello se identificó mediante cálculos matemáticos el porcentaje y cantidad de habitantes atractivos para el proyecto propuesto. Se estudiaron las posibles limitaciones legales para constitución del restaurante mediante consulta en cámara de comercio de Neiva y se estableció el número de vacantes requeridas para la creación de la estructura organizacional en función del número de mesas de atención al público propuestas inicialmente en función de la limitación del área. Por último, se realizó el respectivo análisis financiero en función de la información económica recopilada por las prefactibilidades desarrolladas en el presente proyecto.

ABSTRACT: (Máximo 250 palabras)

From the acquisition of an own land in the Normandía sector at El Triunfo village, a business opportunity was identified for the creation of a business establishment in that area. An observation inspection was carried out at El Triunfo sector and the establishments were filtered based on their proximity to the main road, in addition to their main activity. An inspection and technical analysis was carried out on the acquired terrain with an architect, who through technical analysis it was



determined the soil stability for construction. In terms of research, it was decided to carry out a pre-feasibility study including technical aspects (based on the architect's technical endorsement due to its proximity to a hill), market, legal, administrative and organizational, as well as economic and financial aspects to determine feasibility of the project. Statistical information from DANE from the last population census of 2018 for Neiva city was collected and analyzed based on socioeconomic strata and age ranges. After that, the percentage and number of people prospects for the proposed project were identified through mathematical calculations. The possible legal limitations for the restaurant establishment were studied via consultation through the Neiva Chamber of Commerce and the number of vacancies required for the creation of the organizational structure were established based on the number of customer service tables initially proposed based on the limitation of the area. Finally, the respective financial analysis was carried out based on the economic information collected by the developed pre-feasibilities in the current project.

APROBACION DE LA TESIS

Nombre presidente Jurado: Elías Ramírez Plazas

Firma: _____

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
RESTAURANTE PICNIC EN EL SECTOR NORMANDÍA-VEREDA EL TRIUNFO EN
EL MUNICIPIO DE NEIVA-HUILA**

LIBARDO ANDRES SOLANO ARIAS

**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
FACULTAD DE ECONOMIA Y ADMINISTRACION
ESPECIALIZACION EN ALTA GERENCIA**

2022

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	7
INTRODUCCIÓN.....	10
1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .	11
1.1. Descripción	11
1.2. Justificación	11
1.3. Amplitud y delimitación	12
1.4. Preguntas de Investigación	12
1.5. Hipótesis.....	12
2. OBJETIVOS	13
2.1. Objetivo General.	13
2.2. Objetivos específicos.....	13
3. MARCOS DE ESTUDIO.....	14
3.1. Marco Teórico.....	14
3.2. Marco conceptual	14
3.3. Marco contextual	16
4. METODOLOGÍA	20
4.1. Método de investigación adoptado..	20
4.2. Tipo de investigación	20
4.3. Técnicas de investigación.....	20
5. RESULTADOS	21
5.1. Prefactibilidad técnica	21
5.2. Prefactibilidad de mercado.....	23
5.3. Prefactibilidad legal.....	27
5.4. Prefactibilidad administrativa y organizacional.....	30
5.5. Prefactibilidad económica y financiera.....	35
5.5.1. Estudio económico.....	35
5.5.2. Estudio financiero.....	37
6. CONCLUSIONES	40
BIBLIOGRAFÍA	41

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Servicios ofrecidos al público en la vereda El Triunfo.

Figura 2. Establecimientos comerciales sobre placa huella de los sectores Normandía-Aguablanca.

Figura 3. Ubicación geográfica del restaurante Picnic.

Figura 4. Distribución interna del restaurante picnic.

Figura 5. Logotipo Restaurante Picnic.

Figura 6. Organigrama de la empresa.

LISTA DE TABLAS

- Tabla 1. Establecimientos comerciales den los sectores el Triunfo-Normandía.
- Tabla 2. Indicadores demográficos por rangos de edad 2018.
- Tabla 3. Personas promedio por hogar en Neiva para el 2018.
- Tabla 4. Porcentaje de viviendas por estrato en Neiva para el 2018.
- Tabla 5. Número y porcentaje promedio de personas por vivienda por estrato en Neiva.
- Tabla 6. Porcentaje de interés según estrato socio económico para el restaurante Picnic.
- Tabla 7. Datos requeridos para el registro en cámara de comercio.
- Tabla 8. Perfiles de cargo según estructura jerárquica.
- Tabla 9. Estimado de gastos mensuales y anuales de operación.
- Tabla 10. Estimado de gastos mensuales y anuales de nómina.
- Tabla 11. Ventas estimadas por fin de semana.
- Tabla 12. Base de cálculo para análisis financiero.
- Tabla 13. Análisis financiero sin financiamiento.
- Tabla 14. Análisis financiero con financiamiento.

LISTA DE IMÁGENES

Imagen 1. Vía de acceso e ingreso al terreno del proyecto.

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Horario de atención restaurante Picnic.

RESUMEN

A partir de la adquisición de un terreno propio en el sector Normandía de la vereda El Triunfo se identificó una oportunidad de negocio para la creación de un establecimiento comercial en dicho sector. Se realizó una inspección de observación en el sector del triunfo y se anotaron los establecimientos en función de su cercanía a la vía principal, además de su actividad principal. Se realizó una inspección y análisis técnico al terreno adquirido con un arquitecto, donde a través de mediciones y análisis se determinó la estabilidad del terreno óptima para construcción.

En términos de investigación, se decidió realizar un estudio de prefactibilidad incluyendo los aspectos técnicos (en función del aval técnico del arquitecto por su cercanía a una colina), de mercado, legales, administrativos y organizacionales, así como económicos y financieros para determinar la viabilidad del proyecto. Se recopiló y analizó información estadística del DANE del último censo poblacional de 2018 para la ciudad de Neiva en función de estratos socio económicos y rangos por edad. Posterior a ello se identificó mediante cálculos matemáticos el porcentaje y cantidad de habitantes atractivos para el proyecto propuesto. Se estudiaron las posibles limitaciones legales para constitución del restaurante mediante consulta en cámara de comercio de Neiva y se estableció el número de vacantes requeridas para la creación de la estructura organizacional en función del número de mesas de atención al público propuestas inicialmente en función de la limitación del área. Por último, se realizó el respectivo análisis financiero en función de la información económica recopilada por las prefactibilidades desarrolladas en el presente proyecto.

El análisis financiero indicó que en función de los gastos de operación y de inversión inicial, es viable la creación del restaurante Picnic en función del periodo de evaluación establecido de 60 meses; incluso con un periodo de recuperación de inversión menor de 42,3 meses, utilizando un esquema de diseño de 6 cabañas-Picnic definidos en la prefactibilidad técnica. En función del estudio de mercado, se establece que los estratos socio económicos 4 y 5 significarían una mayor oportunidad de ingresos para el restaurante Picnic en función de la propuesta inicial. Aunque la atención al estrato 6 en teoría significaría un mayor ingreso económico, se requiere mayor grado de inversión en campañas de marketing y relacionamiento

público para atraer al 19,4% de la población mínima requerida generar rentabilidad en el periodo de estudio de 60 meses.

Por último, en función de la observación de campo realizada en la vereda El Triunfo, la ubicación del terreno cerca a la vía principal, cubierta con placa huella, es un factor clave que favorece exponencialmente la capacidad de atracción de clientes al restaurante Picnic dada la visibilidad y accesibilidad al terreno.

Palabras clave: Prefactibilidad, picnic, restaurante, análisis de mercado, DANE, actividad comercial, lujo, establecimiento, exclusividad, turismo.

ABSTRACT

From the acquisition of an own land in the Normandía sector at El Triunfo village, a business opportunity was identified for the creation of a business establishment in that area. An observation inspection was carried out at El Triunfo sector and the establishments were filtered based on their proximity to the main road, in addition to their main activity. An inspection and technical analysis was carried out on the acquired terrain with an architect, who through technical analysis it was determined the soil stability for construction.

In terms of research, it was decided to carry out a pre-feasibility study including technical aspects (based on the architect's technical endorsement due to its proximity to a hill), market, legal, administrative and organizational, as well as economic and financial aspects to determine feasibility of the project. Statistical information from DANE from the last population census of 2018 for Neiva city was collected and analyzed based on socioeconomic strata and age ranges. After that, the percentage and number of people prospects for the proposed project were identified through mathematical calculations. The possible legal limitations for the restaurant establishment were studied via consultation through the Neiva Chamber of Commerce and the number of vacancies required for the creation of the organizational structure were established based on the number of customer service tables initially proposed based on the limitation of the area. Finally, the respective financial analysis was carried out based on the economic information collected by the developed pre-feasibilities in the current project.

The financial analysis showed that based on the operating expenses and initial investment, the creation of the Picnic restaurant is viable based on the established evaluation period of 60 months; even with an investment recovery period of less than 42.3 months, using a design scheme of 6 Picnic cabins defined in the technical pre-feasibility. Based on the market study, it is established that socioeconomic strata 4 and 5 would mean a greater income opportunity for the Picnic restaurant based on the initial proposal. Although attention to strata 6 would in theory mean greater economic incomes, a greater degree of investment is required in marketing and public relations campaigns to attract 19.4% of the minimum population required of this strata to generate profitability in the 60 months of the study period.

Finally, based on the field observation carried out at El Triunfo village, the ground location near the main road, is a key factor that exponentially favors the ability to attract customers to the Picnic restaurant given the visibility and accessibility to the terrain.

Keywords: Prefeasibility, picnic, restaurant, market analysis, DANE, commercial activity, luxury, establishment, exclusivity, tourism.

INTRODUCCION

Destinos como Rivera, la Ulloa y El Triunfo han gozado de un gran atractivo turístico, no solo por su cercanía a la ciudad de Neiva, sino también por su condición climática que brinda un agradable clima con vientos en superficie y temperaturas promedio de 30° centígrados en promedio, a diferencia de la temperatura de la ciudad de Neiva, con un promedio de 36° centígrados.

Si bien el municipio de Rivera se ha consolidado como uno de los lugares turísticos más visitados por su agradable clima y su gastronomía, el corregimiento El Triunfo en los últimos años ha adquirido interés como un lugar estratégico donde se pueden encontrar espacios campestres con una vista privilegiada hacia la cordillera oriental y hacia la ciudad de Neiva (miradores), pero conservando una cercanía a esta, lo cual lo hace asequible en cortos periodos de movilización.

Considerando que se tiene a disposición un lote propio con características adecuadas y estratégicas para ofrecer “un día de picnic al aire libre”, se propone la creación de un restaurante Picnic que brinde calidad, seguridad y confort siendo un excelente atractivo potencial para cautivar a turistas con un estrato socioeconómico medio-alto, impulsando a la par la economía del sector. Este proyecto tendrá validez si el estudio de prefactibilidad concluye que su viabilidad

1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.1. Descripción.

La vereda El Triunfo se ha caracterizado por la venta de finca raíz para construcción de viviendas de recreo. Aunque esta vereda hace parte del anillo turístico de Cerro Neiva, la inversión en materia de establecimientos gastronómicos, turísticos y de entretenimiento es aún baja. Aunque existe un crecimiento exponencial de establecimientos gastronómicos en el corregimiento El Triunfo, la infraestructura de algunos establecimientos no es lo suficientemente atractiva para cautivar personas de estratos medio-alto que impulsen el desarrollo económico y social del sector en la medida que dejan grandes ingresos en ventas. Como consecuencia de esta situación, este grupo de interés termina desplazándose hacia el municipio de Rivera por tradición y costumbre durante los fines de semana.

1.2. Justificación

Si bien es cierto que en la actualidad existen establecimientos gastronómicos en la vereda El Triunfo, el nivel de competencia en el sector continúa siendo muy bajo dada la preferencia de compra de terreno y construcción de vivienda. Los lotes estratégicos con mayor potencial de éxito sobre las vías principales con placa huella han sido vendidos, por lo que la creación de nuevos establecimientos comerciales depende de la decisión propia de los nuevos poseedores de dichos terrenos. La compra de lotes para creación de negocios gastronómicos y recreativos significa un elevado costo de inversión, ya que los terrenos pueden alcanzar precios de hasta cien mil pesos metro cuadrado. Considerando que se dispone de un lote propio con características adecuadas y estratégicas para ofrecer “un día de picnic al aire libre”, se propone la creación de un restaurante Picnic que brinde calidad, seguridad y confort siendo un excelente atractivo potencial para cautivar a turistas con un estrato socioeconómico medio-alto, impulsando a la par el desarrollo turístico del sector.

1.3. Amplitud y delimitación

El análisis de prefactibilidad se enfocará en la puesta en marcha de un restaurante con un concepto tipo PICNIC en el sector del corregimiento El Triunfo – sector de Normandía en un terreno de 1878 metros cuadrados aledaño a la vía principal cubierta con placa huella.

1.4. Preguntas de investigación

- ¿Existe un grupo de estrato socio económico medio-alto que satisfaga la demanda requerida en función de la propuesta de glamur, exclusividad y confort?
- ¿Existen limitantes normativas que puedan dificultar el avance del proyecto en dicho sector?
- ¿Cuál es la estructura organizacional que se debe adoptar en función de la propuesta?
- ¿El terreno cuenta con las dimensiones adecuadas para el desarrollo del restaurante Picnic?
- ¿Es económicamente viable la implementación del proyecto percibiendo ingresos exclusivamente los fines de semana?

1.5. Hipótesis

Es viable la creación de un restaurante con un concepto “PICNIC” en el sector de El Triunfo, cuyas condiciones de seguridad, exclusividad y confort satisfagan las necesidades de un grupo objetivo de turistas y habitantes de la ciudad de Neiva de estratos medio-alto a partir de un estudio de prefactibilidad.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

Analizar la prefactibilidad para crear un restaurante con concepto PICNIC en el corregimiento de El Triunfo-Sector Normandía en un lote propio de 1878 metros cuadrados.

2.2. Objetivos Específicos

- Establecer la demanda potencial y efectiva para el restaurante basados en los datos demográficos poblacionales y capacidad adquisitiva según estrato socio económico.
- Conocer los requisitos legales para constituir un restaurante en el sector rural de El Triunfo.
- Diseñar la organización administrativa necesaria para el funcionamiento del restaurante.
- Elaborar un prediseño de planta de las instalaciones en el lote establecido para tal fin.
- Realizar un análisis económico para determinar el valor de la inversión inicial y el periodo de recuperación de este, asumiendo la operación del establecimiento durante los fines de semana por un periodo de 5 años.

3. MARCOS DE ESTUDIO

3.1. Marco teórico

Estudio de mercado. Determina cómo se encuentra el entorno comercial de un sector específico donde un producto o establecimiento se ubica o desea ser posicionado. Dentro del estudio de mercado se estudian estrategias de marketing que pueden impulsar las ventas y posicionamiento de un producto o establecimiento.

Estudio técnico. Considera aspectos enfocados a la planta física o locativa que permitirá el desarrollo y sostenimiento de un proyecto en función de un análisis de mercado, así como el análisis de su entorno y la definición del cronograma de ejecución de este en el tiempo.

Marco legal. Actividades, procesos, metodologías y demás actividades enfocadas a la operación de un establecimiento en función de las regulaciones emitidas por los entes de control nacional según la actividad económica y el área de influencia del proyecto establecido.

Organización administrativa. Es la forma en la que una empresa es organizada jerárquicamente para tener una operación eficiente y fluida donde las diferentes áreas corporativas cumplan las metas establecidas.

Análisis económico. Se enfoca en la productividad del negocio y la capacidad que posee de generar ingresos. Hace referencia a la agrupación de los bienes que hacen parte de un patrimonio.

Análisis financiero. Es un estudio financiero detallado que permite analizar el presente o futuro de una empresa en función de estados financieros y análisis de contabilidad. Es la pauta para la toma de decisiones corporativas en una empresa.

3.2. Marco conceptual

Picnic. El término picnic procede del francés **pique-nique** (ir de picnic), según se recoge en los Orígenes de la Lengua Francesa, la primera referencia escrita data de 1692. La filosofía de un picnic es la de compartir, se trata de una reunión de personas para disfrutar de una comida al aire libre en la que cada uno aporta su parte. Generalmente se trata de comidas que no son calientes, elaboraciones que se conservan bien varias horas después y que se degustan frías, como: ensaladas, sándwiches o bocadillos, tortillas, canapés, carnes asadas entre otras. Y se pueden realizar en el campo, parques, zonas en las que hay un lago, un río o también la playa.

Turismo Rural. La organización mundial del turismo (OMT) entiende el turismo rural como “un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés.

Tipos de restaurantes en Colombia. Son muchos los tipos de restaurantes, gracias a la diversidad de gustos: Amantes a la carne, vegetarianos, y otros, por eso hay una gama de restaurantes que se ajustan a cada gusto. Sin embargo, se puede hablar de varios tipos de restaurantes diferenciados por el diseño, variedad, insumos y estilos:

- Restaurantes de lujo, son los que proporcionan platos de entrada, platos fuertes, especialidades y postres. Se caracterizan por un equipo de trabajo disciplinado y adecuadamente uniformados, instalaciones con acabados de primera, el mobiliario se ajusta a las tendencias actuales, personal profesional, entre otros detalles.
- Restaurantes de primera a la medida, muy parecido a los restaurantes de lujo, excepto por los utensilios, materiales exclusivos sin dejar de ser sofisticados. En este tipo se encuentran: los de tipo Gourmet, con personal de alta experiencia que le permite elaborar platos exclusivos.
- También se tienen los restaurantes de un nivel menos lujoso o de segunda clase, se caracterizan por ser tipo turista, ubicados generalmente en hoteles.
- Restaurantes de tercera clase, ofrecen un menú distinto todos los días y pueden ser de un estilo de cocina específica.
- Restaurantes de cuarta clase, ofrecen un menú sencillo platos y bebidas con utensilios funcionales ofrecen servicios modestos y precios bajos.
- Establecimientos de comida rápida, este es el tipo de establecimiento más visitado y con gran demanda, debido a los costos moderados y la variedad de comida, atraen muchos comensales.
- Restaurantes Étnicos ofrecen platos típicos de alguna región para así transmitir la cultura.

3.3. Marco contextual

Desde el año 2015 con la construcción de la placa huella en el corregimiento de El Triunfo por la alcaldía de Neiva y el enfoque turístico impulsado hacia Cerro Neiva, se propició aún más la venta de finca raíz de los sectores poco concurridos de la zona alta del sector. Esta actividad de negocio en el sector incrementó durante el periodo de junio de 2020 cuando se flexibilizó la movilización de los neivanos durante la pandemia del Covid-19. Las personas querían salir del encierro y rutina de la ciudad y por ende dio lugar a un incremento en la compra y construcción acelerada de viviendas. Desde el año 2021 y como consecuencia de la afectación económica mundial por la pandemia del Covid-19, algunos propietarios de terrenos y casas en construcción vieron una oportunidad en el sector turístico y decidieron transformar sus espacios de recreo en restaurantes y gastrobares para obtener ingresos económicos que compensaran las afectaciones por la pandemia.

Los sectores del corregimiento El Triunfo se caracterizan por preservar en gran parte un estilo rural y desconectado de la capital. La comunidad es muy sociable y por ende es muy común observar fiestas y reuniones populares. En el sector Normandía la densidad poblacional es mucho más alta en comparación con otros sectores y esto en algunas ocasiones causa congestión vehicular ya que la placa huella en este sector es mucho más angosta que la vía principal del corregimiento. Estas zonas transitables de aproximadamente 500 metros de casas antiguas no ofrecen servicios al público en general que capturen el interés de los turistas, aunque se observan algunas ventas menores de comidas rápidas. Una gran desventaja en este sector es una granja de cerdos que genera constantemente malos olores al caer la tarde.

El terreno propuesto para el desarrollo del proyecto se encuentra ubicado en el sector medio del sector de Normandía y goza de una menor densidad poblacional, permitiendo el tránsito fluido de vehículos en la zona. Los malos olores de la granja de cerdos de la zona superior no alcanzan a llegar al terreno, por lo que es una ventaja competitiva.

Establecimientos gastronómicos de la vereda. En términos de establecimientos comerciales, se realizó un recorrido por las 2 vías principales con placa huella que conforman el circuito del corregimiento de El Triunfo y se realizaron inspecciones de algunas vías secundarias (sin placa huella) que conducían hacia algunos establecimientos comerciales.

En general, se determinaron visiblemente 18 establecimientos gastronómicos que ofrecen atención abierta al público en general, de los cuales 13 establecimientos se sitúan sobre la vía principal del sector Agua Blanca (placa huella) y 5 establecimientos en la vía del sector de

Normandía (**ver tabla-1**). En términos porcentuales se observa que más del 73% de los establecimientos comerciales se encuentran ubicados en el sector de Agua Blanca y solo el 28% de estos se ubica sobre la vía del sector de Normandía.

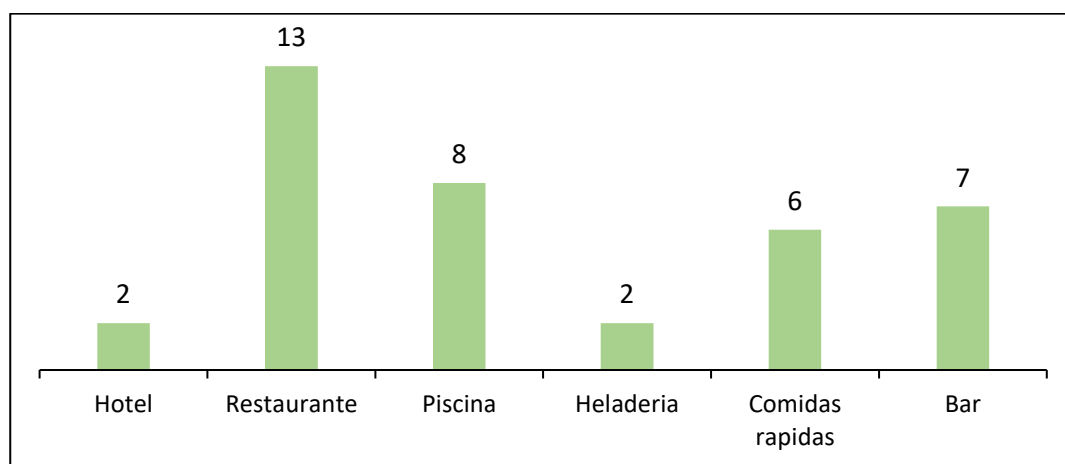
Tabla 1. Establecimientos comerciales den los sectores el Triunfo-Normandía.

Ítem	Establecimiento	¿Cerca placa huella ?	Hotel	Restaurante	Piscina	Heladería	Comidas rápidas	Bar
1	CLUB SOCIAL LA GAITANA	Si	x	x	x			
2	YOTO	Si				x	x	
3	CASA DE CAMPO STEFY	Si		x	x			x
4	EL CRUCERO	Si		x				x
5	MIRADOR VILLA VALENTINA	No	x		x		x	x
6	MIRADOR EL BARCINO	No		x				x
7	VILLA LUPE	Si			x		x	
8	MI FINQUITA	Si		x	x		x	
9	CASA CAMPO MI LIGI	Si		x	x			
10	VILLA DANIELA	No		x	x			
11	CASA CAMPO VILLA LUZ	Si		x	x			x
12	HELADERÍA PRIMAVERA	Si				x	x	
13	LA SANJUANERA	Si		x				
14	GRANJA CHIHUAHUA	Si						
15	NOCHES DE PARIS	No		x			x	x
16	MIRADOR VILLA CLAUDIA	No		x				
17	TERRALUZ	No		x				
18	GAIA	No		x				x
TOTAL			2	13	8	2	6	7

En la **Figura-1** se presenta una descripción por servicio ofrecido al público en la vereda El Triunfo. El 72% de los establecimientos destacados en el sector ofrece servicio tipo

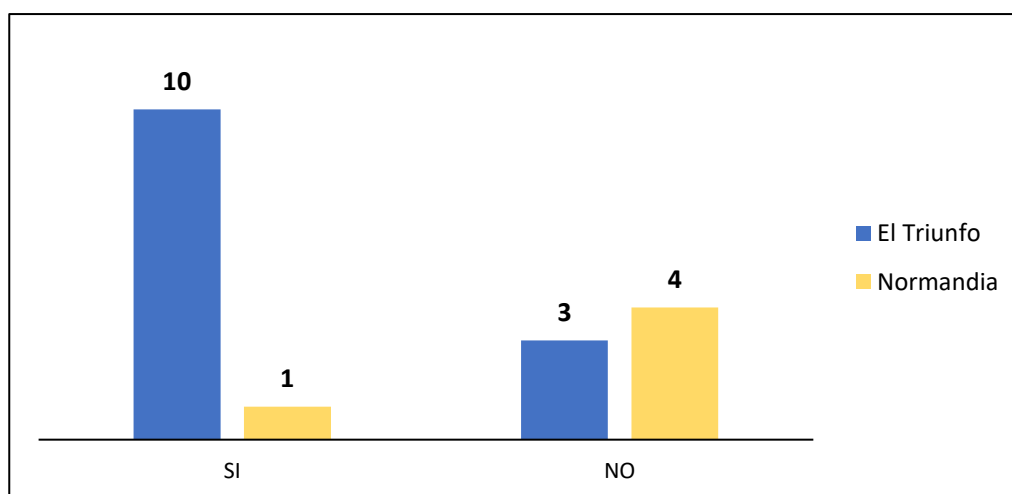
restaurante. En términos de hospedaje, solo el 11% de los establecimientos ofrece alojamiento. En este último aspecto es importante resaltar que los servicios de hospedaje no oficiales pueden generar una medición errónea de este ítem, ya que el alquiler de fincas recreativas puede no estar formalizado.

Figura 1. Servicios ofrecidos al público en la vereda El Triunfo.



En función de los establecimientos con cercanía a la placa huella, se aprecia que, en el sector de Agua blanca, 10 de 13 establecimientos se encuentran al borde de la placa huella, lo que permite generar una ventaja competitiva respecto a otros establecimientos. En el sector de Normandía, solo 1 de 5 establecimientos observados se encuentra sobre la placa huella y es de hecho el establecimiento con mayor posicionamiento en el sector. Los datos se presentan a continuación en la **Figura 2**,

Figura 2. Establecimientos comerciales sobre placa huella de los sectores Normandía-Aguablanca.



4. METODOLOGIA

4.1. Método de investigación.

Método cualitativo. El método cualitativo puede ser visto como un término que cubre una serie de métodos y técnicas con valor interpretativo que pretende describir, analizar, descodificar, traducir y sintetizar el significado, de hechos que se suscitan más o menos de manera natural (Maanen 1993). En lugar de comenzar con la hipótesis, teorías o nociones precisas que probar, la investigación cualitativa empieza con observaciones preliminares y culmina con hipótesis explicativas y una teoría fundamentada. (Creswell, 2007).

4.2. Tipo de investigación

El tipo de investigación a utilizar es de tipo exploratorio y deductivo. La investigación consta de visitas de campo por los sectores Normandía y Aguablanca para determinar las condiciones locativas, de entorno social y ambiental en la vereda El Triunfo. Durante este proceso se pretende partir de una hipótesis que afirme la posibilidad de la creación de un restaurante con concepto PICNIC ofrecido a un sector de estratos medio-alto del municipio de Neiva, a través de un planteamiento lógico como el análisis de mercado a partir de información estadística del último censo poblacional publicado en el año 2018 (estratos socioeconómicos, edades y personas por vivienda) realizado por el DANE, junto con un análisis técnico, administrativo, legal y económico.

4.3. Técnicas de investigación.

Observación. La técnica de observación se implementará en el corregimiento El Triunfo y se enfocará en la identificación de establecimientos gastronómicos además de su posición estratégica respecto a las 2 vías principales cubiertas con placa huella, partiendo desde la vía de acceso del corregimiento El Caguán. De igual forma, se pretende identificar las condiciones sociales y de seguridad del sector.

Consulta bibliográfica. La consulta bibliográfica se realizará online, enfocada en la identificación de establecimientos comerciales en el sector en páginas web, consulta en la cámara de comercio, principalmente el RUES y finalmente búsqueda de datos estadísticos poblacionales en el DANE.

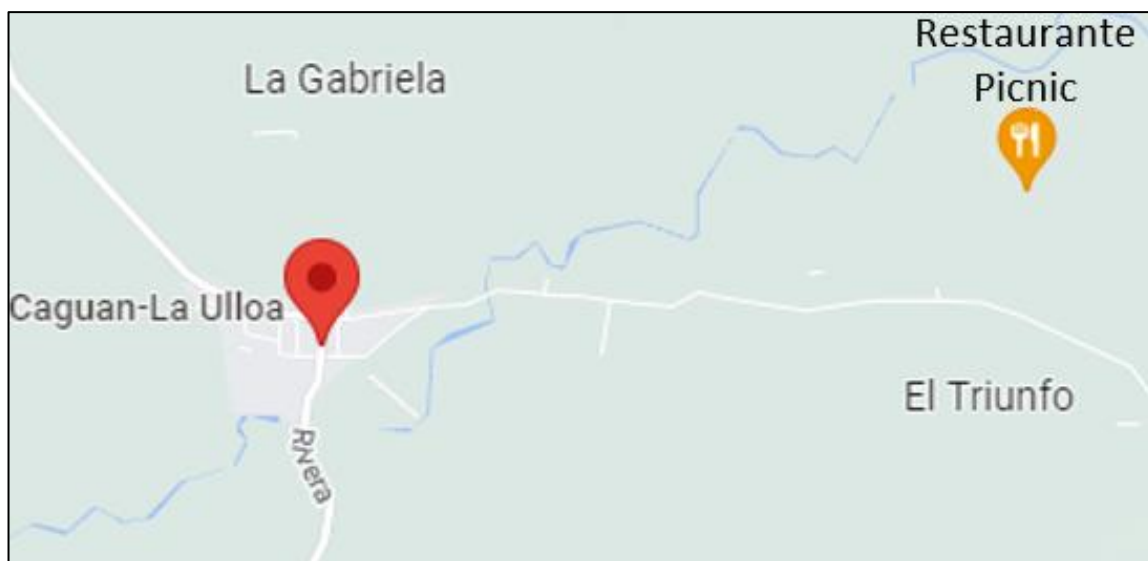
5. RESULTADOS

5.1. Prefactibilidad técnica

Dado que se cuenta con un lote propio de 1878 metros cuadrados para llevar a cabo el proyecto en el sector Normandía de la vereda El Triunfo, se parte desde la prefactibilidad técnica. En función de las limitaciones locativas del terreno y del capital de inversión inicial, se establece inicialmente el arranque con 6 cabañas picnic con capacidad de extensión futura a 9 cabañas en función de las dimensiones del lote en la sección trasera de este. De igual forma, el proyecto contempla una capacidad de extensión de un segundo segmento de menor costo de 4 mesas picnic a nivel de suelo.

Ubicación. El lote del proyecto se encuentra ubicado en la vereda El Triunfo sector Normandía (parte media del sector) a 3 kilómetros del corregimiento el Caguán. Se encuentra ubicado a borde de la placa huella y por ende es de muy fácil acceso. A continuación, en la **Figura 3 e Imagen 1** se muestra la ubicación y vía de acceso al terreno.

Figura 3. Ubicación geográfica del restaurante Picnic.



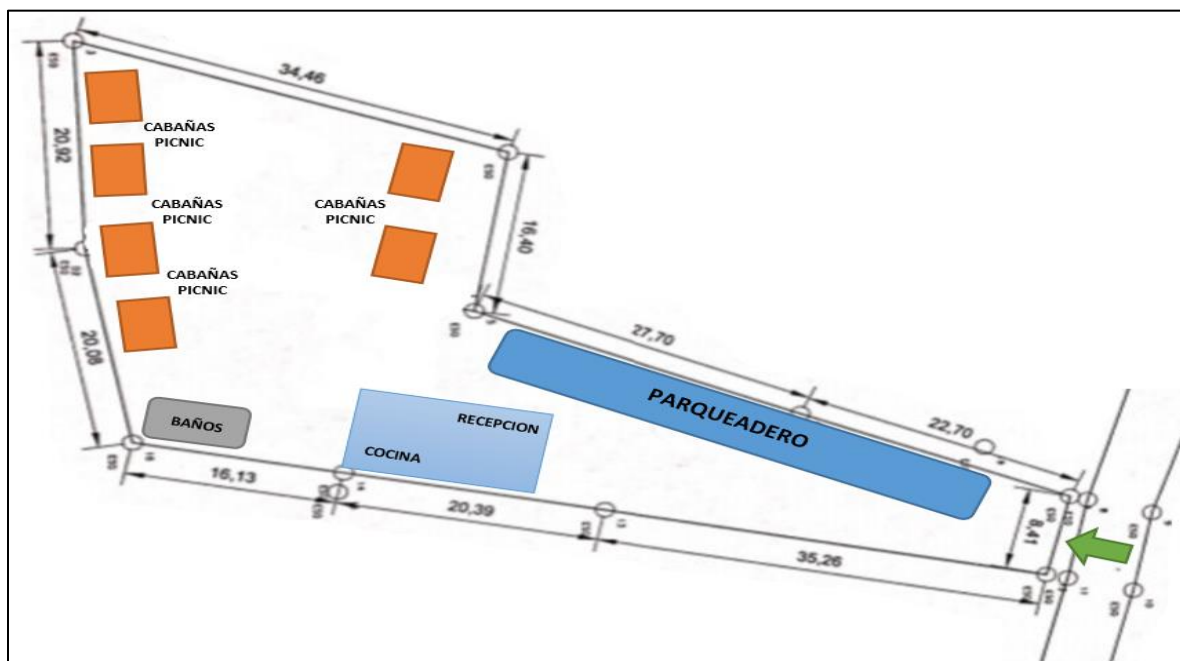
Fuente: Google Maps.

Imagen 1. Vía de acceso e ingreso al terreno del proyecto.



Diseño. El estilo del proyecto desea reflejar la experiencia de un día de campo, pero con las comodidades básicas de la ciudad. Por ello, el diseño de la infraestructura se enfocará inicialmente en la construcción de cabañas Picnic que brinden protección contra el sol y contra la lluvia, en la medida en que brindan privacidad y comodidad a los visitantes. El área común se mantendrá con césped para preservar el concepto ofrecido de un día de campo (**Ver Figura 4**).

Figura 4. Distribución interna del restaurante picnic.



Cabañas Picnic. Se define por área que existe un potencial de construcción de 9 cabañas picnic en la sección trasera del lote de 1100 metros cuadrados. El diseño de estas contempla una base de madera de 2 metros de ancho x 3 metros de largo a una altura de 50 cm del suelo. La estructura estará techada para proteger a los clientes de las inclemencias del clima.

Existe de igual forma una zona centro rodeada por las cabañas Picnic de aproximadamente 40 metros cuadrados donde es viable la instalación de mesas picnic a nivel de piso, sobre estibas de madera. Esto con el fin de sobre poblar la zona central de cabañas Picnic y mantener una vista general del establecimiento.

Baños. Se construirán 2 baños independientes para hombres y mujeres en un solo bloque de 12 metros cuadrados igualmente en la sección trasera de 1100 metros cuadrados. Se ambientará con bambú dando un estilo glamoroso.

Recepción y cocina. Se construirá en un solo complejo de 10 mts x 5 mts entre las secciones trasera y delantera del terreno, con separación una de la otra. Se instalará una sala de estar con sillas en madera rustica.

Parqueadero. Se destinarán 35 a 50 mts lineales de la sección delantera del terreno para disponibilidad de parqueadero de vehículos. Se realizará una demarcación respectiva y quedará al aire libre.

Zona verde. Los 1100 metros cuadrados donde se ubicarán las cabañas picnic estarán cubiertos por césped para que los clientes puedan vivir una experiencia de campo.

Perímetro lineal. La sección trasera del lote tendrá un cerramiento privado con esterilla para crear un ambiente privado que evite incomodidades con los inquilinos del proyecto y con los mismos clientes del Picnic.

5.2. Prefactibilidad de mercado

Si bien, existe un potencial de construcción de 9 cabañas Picnic, el proyecto contempla inicialmente la construcción de 6 cabañas tipo picnic para la atención al público durante los viernes, sábado y domingo. El horario de atención establecido al público será de 2 pm a 12 am (**Ver Cuadro 1**). Dado que se estima el alquiler de las cabañas Picnic durante 2 horas, la capacidad de atención teórica en función del horario de atención a plena capacidad sería de 5 servicios por cabaña que, multiplicado por el total de cabañas propuestas, se ofrecería una máxima capacidad de atención de 30 servicios teóricos por día de atención al público.

Cuadro 1. Horario de atención restaurante Picnic.

	Viernes	Sábado	Domingo
Horario	2 pm-12 am	2 pm-12 am	2 pm-12 am

Asumiendo un 60% de capacidad real estimada de atención de servicio al público, de los 30 servicios teóricos, se estimarían 18 servicios reales que se atenderían por día, con un promedio de 3 personas por cabaña picnic. Con lo anterior, se estimaría en promedio la asistencia de 54 personas en un día promedio de atención de viernes a domingo.

En función del análisis de la información entregada por el departamento administrativo nacional de estadística (DANE) respecto al último censo nacional de población y vivienda publicado en 2018 se observó que, en términos de edades, el 77.4% de los encuestados (15-59 y mayores de 59) se encuentra en un rango de edad igual o superior de 15 años (**Ver Tabla 2**); siendo el potencial estimado de población de interés en términos de edad para el proyecto del restaurante Picnic.

Tabla 2. Indicadores demográficos por rangos de edad 2018.

INDICADORES DEMOGRÁFICOS	Neiva	
	CNPV 2018	CG 2005
Porcentaje de hombres	47,9%	47,7%
Porcentaje de mujeres	52,1%	52,3%
Relación de masculinidad	91,8	91,2
Índice demográfico de dependencia	46,1	62,9
Índice demográfico de envejecimiento	40,0	19,3
Índice de Friz (IF)	114,0	149,9
Descripción IF	Población madura	Población madura
Relación niños mujer	26,9	31,9
Población entre 0 y 14 años (%)	22,5%	30,2%
Población entre 15 y 59 años (%)	64,1%	61,4%
Población mayor de 59 años (%)	13,3%	8,4%

Fuente: DANE.

Respecto al número de personas promedio por hogar, se encuentra que este es de 3,1 personas para el municipio de Neiva (**ver Tabla 3**). Para el desarrollo de este artículo, se tomará como de 3 personas por hogar.

Tabla 3. Personas promedio por hogar en Neiva para el 2018

Entidad Territorial	Total Hogares Particulares		Total Viviendas Ocupadas con personas presentes		Total Lugares Especiales de Alojamiento (LEA)		Personas por hogar (promedio)	
	CNPV 2018	CG 2005	CNPV 2018	CG 2005	CNPV 2018	CG 2005	CNPV 2018	CG 2005
Colombia	14.243.223	10.570.899	13.480.729	9.742.928	9.606	7.075	3,1	3,9
Huila	319.750	249.468	301.651	232.621	211	172	3,1	4,0
Neiva	101.646	84.126	98.405	80.381	96	41	3,1	3,7

Fuente: DANE.

Según el DANE, en el año 2018 en el municipio de Neiva se reportaron en la maestra de facturación de energía 119,726 viviendas con este servicio, siendo un total de 8,51% de los estratos 4, 5 y 6 (**ver Tabla 4**). Con lo anterior, se calcula un total de 10,189 hogares con estratos 4, 5, 6.

Tabla 4. Porcentaje de viviendas por estrato en Neiva para el 2018.

	% Maestro facturación energía eléctrica SSPD
Estrato 1	27,82
Estrato 2	51,42
Estrato 3	12,27
Estrato 4	6,81
Estrato 5	1,60
Estrato 6	0,10
	100

Fuente: DANE.

La **Tabla 5** muestra un resumen de la información obtenida en función de hogares con servicio de electricidad para estratos 4, 5, 6. Utilizando el promedio general del DANE en cuanto al número de personas por vivienda en el municipio de Neiva (3 personas), se determina un total de 30,566 habitantes promedio de estratos 4, 5 y 6.

Tabla 5. Número y porcentaje promedio de personas por vivienda por estrato en Neiva

Total Viviendas encuestadas Neiva	Estratos	% participacion viviendas por estrato	# viviendas por estrato	# promedio personas por vivienda por estrato	% Porcentaje promedio personas por vivienda por estrato
119726	4	6,81%	8153	24460	80%
119726	5	1,60%	1916	5747	19%
119726	6	0,10%	120	359	1%
TOTAL			10189	30566	100%

Fuente: Elaboración propia obtenida por análisis de datos de la DIAN.

Del número promedio de habitantes por vivienda por estrato de la Tabla 5, (30.566 habitantes), el 77.4% (Ver Tabla 2) corresponden a 23.658 habitantes igual o mayor a los 15 años que tendrían la capacidad económica de costear la asistencia al restaurante Picnic. Con lo anterior, se define el número teórico potencial de habitantes objeto para el presente artículo.

Finalmente, del total de población potencial de atención del municipio de Neiva de estratos 4, 5 y 6 y considerando la capacidad real de operación estimada en el establecimiento de 54 personas por día, a continuación, en la **Tabla 6** se presenta el porcentaje de interés en función del estrato socioeconómico que se desee tener un enfoque de marketing.

Tabla 6. Porcentaje de interés según estrato socio económico para el restaurante Picnic.

Estratos	# promedio personas por vivienda por estrato	# promedio personas por vivienda por estrato mayor a 15 años	% de interés según estrato socioeconómico
4	24460	18932	0,3%
5	5747	4448	1,2%
6	359	278	19,4%
TOTAL	30566	23658	

En términos generales, si el proyecto tuviese un enfoque de alta exclusividad, se requiere realizar esfuerzos de marketing y posicionamiento por lo menos al 19,4% de las personas habitantes de estos hogares de estrato 6 con edades iguales o superiores a los 15 años. Por el

contrario, si el proyecto tuviese un enfoque de exclusividad media, se requiere enfocar esfuerzos de marketing por lo menos al 0,3% de la población de estrato 4 en el municipio de Neiva.

En cuanto al estudio de observación en campo, se aprecia que los visitantes prefieren o eligen establecimientos cercanos o sobre la placa huella con facilidad de acceso, esto con el fin de evitar dañar sus vehículos. Lo anterior establece una ventaja competitiva en términos de ubicación.

5.3. Prefactibilidad legal

En términos de constitución de la empresa en cámara de comercio de Neiva, se obtuvo información específica relacionada con la actividad comercial y ubicación propuesta para el restaurante Picnic. Con lo anterior se plantea establecer el registro mercantil utilizando la figura de **persona natural**.

Personal natural. Es la forma más sencilla de crear una empresa, pues se trata de una persona que asume deberes y obligaciones bajo su propio nombre con la posibilidad de tener un establecimiento de comercio.

Requisitos para matrícula mercantil como persona jurídica con establecimiento de comercio:

- Documento de identidad original
- Copia de la cedula (solo si es beneficiario de la ley 1780 de 2016)
- Copia del RUT (si tiene). Si no lo ha expedido, en cámara de comercio lo expide por primera vez.
- Cancelar el valor de la matrícula según el valor de activos (mirar tabla de tarifas)

Tabla 7. Datos requeridos para el registro en cámara de comercio.

PERSONA NATURAL	Valor de los activos
ESTABLECIMIENTO	Dirección
	Correo Electrónico
	Nombre del establecimiento
	Teléfono o número celular
	Actividades por realizar

Fuente: Cámara de comercio de Neiva

- Encuentre las tarifas en nuestra página web <https://www.cchuila.org/servicios-registrales/tarifas-servicios-registrales/>
- Consultar el nombre del establecimiento de comercio <https://www.rues.org.co/RM>

Obligaciones:

- Implementar y cumplir los protocolos de bioseguridad
- Cumplir con las normas de suelo, como regulación de ruidos, ubicación y horarios (planeación-alcaldía del municipio)
- Tener matrícula mercantil vigente, recuerde renovar su matrícula mercantil en los tres (3) primeros meses de cada año. (plazo 31 de marzo)
- Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales (Art. 19 núm. 3 CCo).
- En cámara de comercio se solicita el libro fiscal y tiene un costo de \$15.100
- Mantener el RUT actualizado
- Pagar el impuesto de industria y comercio en la secretaria de Hacienda municipal
- Cumplir con las normas mínimas de seguridad-bomberos (botiquín, extintor, tutas de evacuación)
- Cumplir con el pago de derechos de autor, si se ejecutan obras musicales en el establecimiento de acuerdo a lo dispuesto por la ley 23 de 1982
- Cumplir con las condiciones sanitarias definidas por la ley 19 de 1979 y resolución 2674 de 2013 (secretaria de salud municipal)

Códigos de actividad. En función del servicio que se desea prestar en el restaurante Picnic, a continuación, se listan los códigos de actividad económica representativos del proyecto a la hora de crear el registro de la empresa en cámara de comercio,

- 5514 alojamiento rural
- 5611 expendio a la mesa de comidas preparadas
- 5621 catering para eventos
- 5630 expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento

5.4. Prefactibilidad administrativa y organizacional

Misión. Nos proponemos brindar una experiencia única y alternativa de vivir una tarde de picnic en el campo lejos del ajetreo y bullicio de la ciudad, pero con las comodidades básicas que esta nos brinda. Nuestro anhelo por crecer junto con nuestro entorno social nos impulsa a brindar un servicio de calidad. Nos preocupamos por la comodidad, seguridad y confort de nuestros visitantes, mientras disfrutan de su experiencia dentro de nuestras instalaciones, acompañados de alimentos de excelente calidad acordes a la ocasión.

Vision. Para el año 2024 posicionarnos como el establecimiento de mayor reconocimiento en el llamado anillo turístico de El Caguán, generando atracción de clientes potenciales que brinden al sector una oportunidad de crecimiento en otros aspectos.

Valores corporativos.

- Pasión.
- Calidad.
- Trabajo en equipo.
- Cooperación.

Logotipo. El logotipo diseñado evoca el sentimiento de un día de picnic al aire libre (**Ver Figura 5**). La cesta de mimbre expresa simplicidad y complementa la experiencia de un día de campo a la forma antigua creando un sentimiento de añoranza de los buenos tiempos. Las líneas de color verde representan la cadena montañosa donde se encuentra la colina de cerro Neiva.

Figura 5. Logotipo Restaurante Picnic.



Figura 6. Organigrama de la empresa.

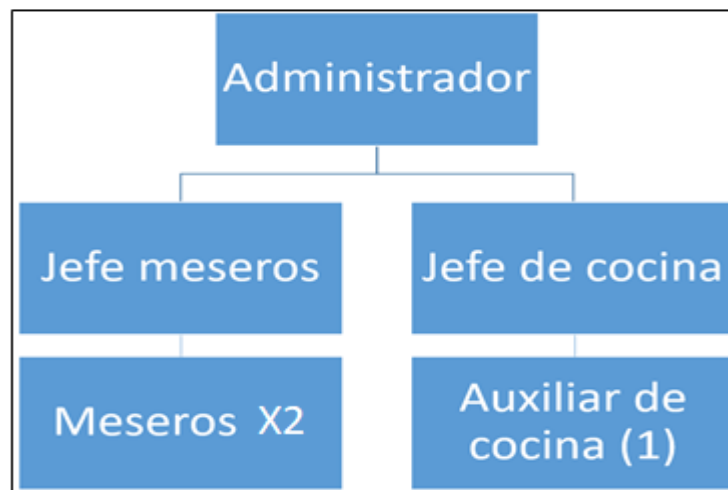


Tabla 8. Perfiles de cargo según estructura jerárquica.

INFORMACIÓN GENERAL							
NOMBRE DEL CARGO	Jefe(a) de cocina						
OBJETIVOS DEL CARGO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar la preparación de los paquetes según el menú establecido por el restaurante. 2. Inventariar y rotar los insumos, notificando oportunamente cuando se estén agotando. 3. Asegurar calidad y buen sabor en los productos preparados. 4. Asegurar el orden y aseo en el área de trabajo de sus actividades. 5. Reportar oportunamente al superior las oportunidades de mejora. 						
¿A QUIÉN REPORTA?	<ul style="list-style-type: none"> • Administrador 						
¿QUIÉN LE REPORTA?	<ul style="list-style-type: none"> • Cocinero(a) 						
RESPONSABILIDADES	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisión del estado de los productos y de las fechas de vencimiento de estos, notificando oportunamente que productos deben salir de línea. 2. Llevar un inventario de los productos utilizados y solicitar oportunamente el requerimiento de estos a su supervisor inmediato. 3. Limpieza de las áreas de trabajo al recibir y entregar el área de cocina. 4. Asegurar la preparación de los menús en función de los pesos y cantidades establecidas. 						
PERFIL DEL CARGO							
COMPETENCIAS	Competencias del SABER (De conocimiento, académicas, financiamiento, educativas, de formación)						
	Técnico en actividades afines a cocina. Jefe de cocina empírica de 1 año.						
	Curso manipulación de alimentos						
	Curso basico de cocina certificado en entidad oficial.						
	Competencias del HACER (De la experiencia, habilidades, administrativas)						
	Mínimo 1 año de experiencia en cocina gourmet.						
	Manejo de excel						
	Competencias del SER (Humanas, sociales, blandas)						
	1. Trabajo en equipo						
	2. Planificación y organización						
3. Toma de decisión, capacidad de negociación y conciliación							
NOMBRE DEL CARGO	Cocinero(a)						
OBJETIVOS DEL CARGO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seguir las indicaciones establecidas por el auxiliar de cocina. 2. Asegurar calidad y buen sabor en los productos preparados. 3. Asegurar el orden y aseo en el área de trabajo de sus actividades. 4. Reportar oportunamente al superior las oportunidades de mejora. 						

¿A QUIÉN REPORTA?	<ul style="list-style-type: none"> Jefe de cocina 						
¿QUIÉN LE REPORTA?	<ul style="list-style-type: none"> N/A 						
RESPONSABILIDADES	<ol style="list-style-type: none"> Revisión del estado de los productos durante el proceso de cocción. No realizar cambios en el menú establecido sin autorización previa. Limpieza de las áreas de trabajo al recibir y entregar el área de cocina. Asegurar del buen sabor en los productos preparados. 						
PERFIL DEL CARGO							
COMPETENCIAS	Competencias del SABER (De conocimiento, académicas, financiamiento, educativas, de formación)						
	Bachiller académico						
	Curso manipulación de alimentos						
	Curso basico de cocina certificado en entidad oficial.						
	Competencias del HACER (De la experiencia, habilidades, administrativas)						
	Mínimo 1 año de experiencia en cocina básica.						
	Competencias del SER (Humanas, sociales, blandas)						
	1. Trabajo en equipo						
	2. Planificación y organización						
	3. Toma de decisión, capacidad de negociación y conciliación						
NOMBRE DEL CARGO	Jefe(a) de meseros						
OBJETIVOS DEL CARGO	<ol style="list-style-type: none"> Asegurar una experiencia agradable en términos de atención de los comensales. Realizar el seguimiento del servicio al cliente prestado por el personal de meseros. Verificar que los alimentos o paquetes que salen de la cocina se encuentren aislados evitando la contaminación de estos en el camino hacia la mesa. Asegurar el orden y aseo en el área de trabajo de sus actividades. Reportar oportunamente al superior las oportunidades de mejora. 						
¿A QUIÉN REPORTA?	<ul style="list-style-type: none"> Administrador 						
¿QUIÉN LE REPORTA?	<ul style="list-style-type: none"> Meseros 						
RESPONSABILIDADES	<ol style="list-style-type: none"> Limpieza de las áreas de trabajo al recibir y entregar el área de cocina. Reporte de novedades locativas en el establecimiento. 						
PERFIL DEL CARGO							

COMPETENCIAS	Competencias del SABER (De conocimiento, académicas, financiamiento, educativas, de formación)						
	Diplomado o técnico en estudios afines en servicio al cliente.						
	Curso básico de cocina certificado en entidad oficial.						
	Competencias del HACER (De la experiencia, habilidades, administrativas)						
	Mínimo 1 año de experiencia en atención al cliente a la mesa						
	Manejo de excel						
	Competencias del SER (Humanas, sociales, blandas)						
	1. Trabajo en equipo						
	2. Planificación y organización						
	3. Toma de decisión, capacidad de negociación y conciliación						
NOMBRE DEL CARGO	Mesero(a)						
OBJETIVOS DEL CARGO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar los gustos y experiencia deseada que el cliente desea vivir y sugerir los mejores combos o platos en función de lo identificado. 2. Hacer seguimiento al tiempo de espera de los pedidos solicitados al jefe de cocina. 3. Tener una excelente disposición para prestar un servicio de calidad. 						
¿A QUIÉN REPORTA?	<ul style="list-style-type: none"> • Administrador 						
¿QUIÉN LE REPORTA?	<ul style="list-style-type: none"> • Meseros 						
RESPONSABILIDADES	<ol style="list-style-type: none"> 1. Organización de mesas. 2. Toma de pedido al cliente 3. Entregar comanda al cliente para facturar en caja. 4. Orden y aseo del establecimiento. 5. Hacer 						
PERFIL DEL CARGO							
COMPETENCIAS	Competencias del SABER (De conocimiento, académicas, financiamiento, educativas, de formación)						
	Bachiller académico						
	Curso básico de cocina certificado en entidad oficial.						
	Competencias del HACER (De la experiencia, habilidades, administrativas)						
	Bachiller con Mínimo 6 meses de experiencia en atención al cliente a la mesa						
	Manejo de excel						

	Competencias del SER (Humanas, sociales, blandas)					
	1. Trabajo en equipo					
	2. Planificación y organización					
	3. Toma de decisión, capacidad de negociación y conciliación					
NOMBRE DEL CARGO	Administrador(a)					
OBJETIVOS DEL CARGO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Supervisar la correcta manipulación de la materia prima de forma eficiente. 2. Controlar los procesos de almacenamiento de las materias primas. 3. Verificar y llevar a cabo el cierre de ventas diarias 4. Asegurar excelencia en las condiciones de orden y aseo del establecimiento. 					
¿A QUIÉN REPORTA?	<ul style="list-style-type: none"> • Propietario del negocio 					
¿QUIÉN LE REPORTA?	<ul style="list-style-type: none"> • Jefe de meseros, jefe de cocina. 					
RESPONSABILIDADES	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inventarios, balances y reportes generales que den cuenta de la relación de costos vs proyección del negocio. 2. Recibir los productos de los proveedores asegurando la entrega de calidad de los productos. 					
PERFIL DEL CARGO						
	Competencias del SABER (De conocimiento, académicas, financiamiento, educativas, de formación)					
	tecnólogo o profesional en administración de empresas o administración hotelera					
	Curso básico de cocina certificado en entidad oficial.					
	Competencias del HACER (De la experiencia, habilidades, administrativas)					
	Experiencia en administración de restaurantes o empresas hoteleras.					
	Manejo de Excel, Word, power point					
	Competencias del SER (Humanas, sociales, blandas)					
	1. Trabajo en equipo					
	2. Planificación y organización					
	3. Toma de decisión, capacidad de negociación y conciliación					
COMPETENCIAS						

5.5. Prefactibilidad económica y financiera

5.5.1. Estudio económico.

En función de la estimación de gastos mensuales esperados durante la operación del restaurante Picnic durante los viernes, sábado y domingo en un periodo de 5 años, a

continuación, en la **Tabla 9** se presentan los ítems que conforman los gastos de operación mensual fijos. En términos de ajuste de tarifas, se establece un incremento del 5% promedio del IPC para los años entre 2023 a 2027.

Tabla 9. Estimado de gastos mensuales y anuales de operación.

GASTOS DE OPERACIÓN						
Item	Mes	2023	2024	2025	2026	2027
Internet	\$ 100.000	\$ 1.200.000	\$ 1.267.200	\$ 1.338.163	\$ 1.413.100	\$ 1.492.234
Arriendo	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.672.000	\$ 13.381.632	\$ 14.131.003	\$ 14.922.340
Luz	\$ 150.000	\$ 1.800.000	\$ 1.900.800	\$ 2.007.245	\$ 2.119.651	\$ 2.238.351
Agua	\$ 15.000	\$ 180.000	\$ 190.080	\$ 200.724	\$ 211.965	\$ 223.835
Gas	\$ 80.000	\$ 960.000	\$ 1.013.760	\$ 1.070.531	\$ 1.130.480	\$ 1.193.787
Pagina Web	\$ 98.000	\$ 1.176.000	\$ 1.241.856	\$ 1.311.400	\$ 1.384.838	\$ 1.462.389
Sayco Acinpro	\$ 101.000	\$ 1.212.000	\$ 1.279.872	\$ 1.351.545	\$ 1.427.231	\$ 1.507.156
Jardineria	\$ 300.000	\$ 3.600.000	\$ 3.801.600	\$ 4.014.490	\$ 4.239.301	\$ 4.476.702
Redeban	\$ 70.000	\$ 840.000	\$ 887.040	\$ 936.714	\$ 989.170	\$ 1.044.564
Sistema de vigilancia	\$ 200.000	\$ 2.400.000	\$ 2.534.400	\$ 2.676.326	\$ 2.826.201	\$ 2.984.468
Impuestos	\$ 125.000	\$ 1.500.000	\$ 1.584.000	\$ 1.672.704	\$ 1.766.375	\$ 1.865.292
Registro mercantil	\$ 100.000	\$ 1.200.000	\$ 1.267.200	\$ 1.338.163	\$ 1.413.100	\$ 1.492.234
TOTAL	\$ 2.339.000	\$ 28.068.000	\$ 29.639.808	\$ 31.299.637	\$ 33.052.417	\$ 34.903.352

Los gastos mensuales incluyen el arriendo del terreno con un valor de 1,000,000 de pesos, considerando que, aunque el terreno es propio, aún se encuentra la deuda bancaria activa. Este ítem sería el de mayor valor del proyecto, seguido del concepto de jardinería considerando las tarifas actuales del servicio de rocería llevadas a cabo en el terreno propuesto.

En términos de la estructura organizacional, el estimado de gastos mensuales de la nómina establecida representan el 83% de los gastos mensuales de operación (**ver Tabla 10**), mientras que los gastos fijos por concepto de servicios públicos y otras actividades listadas en la Tabla 9, significan un 17%.

Tabla 10. Estimado de gastos mensuales y anuales de nómina.

GASTOS DE NOMINA						
Item	Mes	2023	2024	2025	2026	2027
Administrador	\$ 2.937.000	\$ 35.244.000	\$ 37.217.664	\$ 39.301.853	\$ 41.502.757	\$ 43.826.911
Jefe cocina	\$ 2.046.000	\$ 24.552.000	\$ 25.926.912	\$ 27.378.819	\$ 28.912.033	\$ 30.531.107
Auxiliar cocina	\$ 1.753.000	\$ 21.036.000	\$ 22.214.016	\$ 23.458.001	\$ 24.771.649	\$ 26.158.861
Mesero 1	\$ 1.606.000	\$ 19.272.000	\$ 20.351.232	\$ 21.490.901	\$ 22.694.391	\$ 23.965.277
Mesero 2	\$ 1.606.000	\$ 19.272.000	\$ 20.351.232	\$ 21.490.901	\$ 22.694.391	\$ 23.965.277
Mesero 3	\$ 1.606.000	\$ 19.272.000	\$ 20.351.232	\$ 21.490.901	\$ 22.694.391	\$ 23.965.277
TOTAL	\$ 11.554.000	\$ 138.648.000	\$ 146.412.288	\$ 154.611.376	\$ 163.269.613	\$ 172.412.712

En función de la prefactibilidad técnica se definen 6 cabañas Picnic con disponibilidad de atención por alquiler de 2 horas. Lo anterior, significa un total de 30 servicios por día asumiendo una capacidad teórica del 100% de ocupación para un total de 90 personas por día (3 personas por cabaña Picnic promedio). Sin embargo, se plantea una capacidad real de operación del 60%, por lo que el total de servicios prestados sería de 18, con un total esperado de 54 personas por día. A continuación, en la **Tabla 11** se presentan las ventas estimadas en función del planteamiento anterior,

Tabla 11. Ventas estimadas por fin de semana.

Número estimado de servicios ofrecidos 100% ocupación/día	30
consumo estimado venta por servicio (Cada 2 horas)	\$ 80.000
Venta teórica esperada por 1 día 100% de ocupación	\$ 2.400.000
Venta teórica esperada viernes, sábado y domingo (fin de semana)	\$ 7.200.000
Venta estimada asumiendo un 60% de ocupación por fin de semana	\$ 4.320.000

5.5.2. Estudio financiero.

El análisis financiero se realizó en función de la determinación de los indicadores de rentabilidad financiera valor presente neto (VPN), la tasa interna de retorno (TIR).

La tasa de interés de oportunidad (TIO) establecida es del 20%.

Tabla 12. Base de cálculo para análisis financiero.

BASE DE CALCULO PARA ANALISIS FINANCIERO	
Costo de inversión	\$ 100.830.000
Terreno	-
Instalaciones	\$ 83.500.000
Vehículos	0
Muebles y enseres	\$ 13.330.000
Vida útil de los muebles y enseres (años)	6
Vida útil de las instalaciones (años)	10
Depreciación anual de los vehículos (150.000.000/5)	0
Depreciación anual de los muebles y enseres (20.000.000/10)	\$ 2.221.667
Depreciación de las instalaciones (30.000.000/10)	\$ 8350000
Empleados	6
Sueldo mensual empleados	\$ 8.617.000
Administrador	1
Salario del administrador	\$ 2.937.000
Otros costos de operación	\$ 25.368.000
Tasa de impuesto	35%
Ingreso no grabable	\$ 10000000

Se realiza un análisis financiero en un periodo de operación de 5 años. El análisis financiero no incluye el costo total del terreno.

Tabla 13. Análisis financiero sin financiamiento.

CONCEPTO / PERIODO AÑOS	0	1	2	3	4	5
+ Ingresos	-	224.640.000	235.872.000	247.665.600	260.048.880	273.051.324
- Costos de operación	-	-166.716.000	-176.052.096	-185.911.013	-196.322.030	-207.316.064
- Depreciación	-	-10.571.667	-10.571.667	-10.571.667	-10.571.667	-10.571.667
= Ganancia Gravable	-	47.352.333	49.248.237	51.182.920	53.155.183	55.163.594
(=) Utilidad antes de impuestos	-	47.352.333	49.248.237	51.182.920	53.155.183	55.163.594
- Impuestos	-	-16.573.317	-17.236.883	-17.914.022	-18.604.314	-19.307.258
(+) Ingreso no Gravable (3)	-	-	-	-	-	10.000.000
= Ganancia Neta	-	30.779.017	32.011.354	33.268.898	34.550.869	45.856.336
+ Depreciación	-	10.571.667	10.571.667	10.571.667	10.571.667	10.571.667
- Costo de inversión	-100.830.000	-	-	-	-	-
= FLUJO FONDOS NETO	-100.830.000	41.350.683	42.583.021	43.840.565	45.122.536	56.428.002
Valor Presente Neto (20%)						33.008.773
Tasa Interna de Retorno (TIR)						33,5%

Dado que la $TIO < TIR$, el proyecto es bueno económicamente, es decir, tiene una rentabilidad mayor que la tasa de oportunidad del inversionista (TIO 20%).

Ya que el $VPN > 0$, se dice que el proyecto es conveniente. Es decir, su rentabilidad es mayor que la TIO escogida. Significa que la implementación del proyecto permite recuperar la TIO y queda una ganancia adicional.

El periodo de recuperación de la inversión en función del análisis financiero es de 42,3 meses.

Ahora, Se realiza el planteamiento de incluir en el análisis financiero la opción de financiación a 5 años de aproximadamente la mitad de la inversión inicial estimada. Los resultados se muestran a continuación en la **Tabla 13**,

Tabla 14. Análisis financiero con financiamiento

CONCEPTO - PERIODOS	0	1	2	3	4	5
+ Ingresos		224.640.000	224.640.000	224.640.000	224.640.000	224.640.000
- Costos de operación		-164.016.000	-164.016.000	-164.016.000	-164.016.000	-164.016.000
- Depreciación		-10.571.667	-10.571.667	-10.571.667	-10.571.667	-10.571.667
- Intereses		-10.083.000	-8.728.049	-7.102.109	-5.150.980	-2.809.625
= Ganancia Gravable		39.969.333	41.324.284	42.950.225	44.901.353	47.242.708
(=) Utilidad antes de impuestos		39.969.333	41.324.284	42.950.225	44.901.353	47.242.708
- Impuestos		-13.989.267	-14.463.499	-15.032.579	-15.715.474	-16.534.948
(+) Ingreso no Gravable (3)						10.000.000
= Ganancia Neta		25.980.067	26.860.785	27.917.646	29.185.880	40.707.760
+ Depreciación		10.571.667	10.571.667	10.571.667	10.571.667	10.571.667
+ Valor del crédito	50.415.000					
- Amortización del crédito		-6.774.753	-8.129.703	-9.755.644	-11.706.773	-14.048.127
- Costo de inversión	-100.430.000					
= FLUJO DE FONDOS NETO	-50.015.000	29.776.981	29.302.748	28.733.669	28.050.774	37.231.300
Valor Presente Neto (20%)						40.266.558
Tasa Interna de Retorno (TIR)						52,4%

Respecto a la TIR, esta incrementa 18,9 puntos porcentuales, mejorando circunstancialmente la rentabilidad del proyecto. Con lo anterior se indica que, de existir opción de financiación bancaria, esta debería ser contemplada.

El periodo de recuperación de la inversión en función del análisis financiero es de 27,5 meses.

6. CONCLUSIONES

El análisis financiero indicó que es viable la creación del restaurante Picnic en función del periodo de evaluación de 5 años. De lograrse la obtención de un crédito bancario para financiar el 50% de la inversión inicial, la inversión podrá ser recuperada un 35% más rápido que sin financiación.

Se determinó técnicamente que la capacidad máxima de cabañas picnic en la sección propuesta para su ubicación es de 9 en total, y que existe la opción de ampliación en el centro del terreno donde se pueden ubicar un total de 4 mesas adicionales sobre estibas a nivel del suelo.

En función del grupo poblacional analizado según información del DANE, se establece que los estratos socio económicos 4 y 5 significan una mayor oportunidad de ingresos para el restaurante Picnic en función de la propuesta inicial.

Aunque la atención al estrato 6 en teoría significaría un mayor ingreso económico y por ende mayor oportunidad de contratación de personal, se requiere mayor grado de inversión en campañas de marketing y relacionamiento público para atraer al 20% de la población mínima requerida para recuperar la inversión en un periodo de 4 años.

En términos de responsabilidad social, es viable la contratación directa de mano de obra local no calificada en la línea de meseros y cocineros ya que, en función del perfil de cargo establecido, no se requiere un grado de estudio a nivel superior, ni tampoco un grado elevado de experiencia en el cargo.

Se determinó que, en función de la propuesta establecida para creación de un restaurante tipo picnic, es necesario registrar 4 códigos de actividad comercial en la DIAN, con el fin de evitar multas y cerramientos por incumplimientos legales.

En función de la observación de campo realizada en la vereda El Triunfo, la ubicación del terreno cerca a la placa huella es un factor clave que favorece exponencialmente la capacidad de atracción de clientes al restaurante Picnic dada la visibilidad y accesibilidad del lote.

BIBLIOGRAFÍA

Álvarez-Gayou J, Camacho S, Maldonado G, Átala C, Olgún A, Pérez M. La investigación cualitativa. Consultado el 1 de junio de 2022. <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n3/e2.html>. Universidad autónoma del estado de Hidalgo.

AccuWeather. (2021). Previsión metrológica para 3 días Neiva Huila (en línea). Consultado el 4 de mayo de 2022. <https://www.accuweather.com/es/co/neiva/103848/weather-forecast/103848>

Bernal F. y Millan A. (2018). Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante temático denominado Raíces Del Valle. Universidad del Valle

COLOMBIA HOSTING. (2022). Compra hosting y dominio en Colombia hosting (en línea). Consultado el 29 mayo de 2022. https://www.colombiahosting.com.co/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=50344187&utm_content=1530106097&utm_term=hosting%20colombia&gclid=CjwKCAjws8yUBhA1EiwAi_tpEYlGYIXXp0w8MEcBhUfCZnRZriu_UgccZvN1rsdWRtNXpwHhqvwNzRoC-AcQAvD_BwEb

DANE. (2018). Resultados Censo Nacional de Población y Vivienda 2018 (en línea). Consultado el 4 de marzo de 2022. <https://www.dane.gov.co/files/censo2018/informacion-tecnica/presentaciones-territorio/191003-CNPV-presentacion-Huila.pdf>

DKSIGN. (enero de 2019). 10 Métodos de investigación: Definición, Tipos y Ejemplos (en línea). Consultado el 3 de abril de 2022. <https://dksignmt.com/metodos-de-investigacion/>

GESTIONALO.NET. (2020). Requisitos legales para abrir un restaurante en Colombia: por qué abrirlo, permisos y más. (en línea). Consultado el 3 de mayo de 2022. <https://gestionalo.net/colombia/requisitos-legales-para-abrir-un-restaurante-en-colombia/>

LA REPUBLICA. (junio de 2018). Que es un Picnic. Consultado el 10 de abril de 2022.
<https://gastronomiaycia.republica.com/2013/08/14/que-es-un-picnic/>

Minvivienda (2022). ¿En qué consiste la modalidad de subdivisión rural? (en línea). Consultado el 3 de junio de 2022. <https://www.minvivienda.gov.co/node/1358>

UNWTO. (2020). Turismo rural (en línea). Consultado el 14 de abril de 2022
<https://www.unwto.org/es/turismo-rural>

RUES. (2021). Realice su consulta empresarial o social (en línea). Consultado el 27 de febrero de 2022. <https://www.rues.org.co/>

Rueda, H. (2022 febrero). Gerencia financiera y de valor. Programa especialización alta gerencia cohorte XXXIII.

SAYCO ACINPRO. (2022). Simulador de tarifas (en línea). Consultado el 10 de mayo de 2022.
<https://www.osa.org.co/simulador-de-tarifas>

Sistema único de información normativa (2022). Ley 1 de 1968 (en línea). Consultado el 1 de junio de 2022. <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1786063>