

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL RESTAURANTE
TEMÁTICO DE FUTBOL “C&E” EN EL MUNICIPIO DE JAMUNDÍ PARA EL
AÑO 2019

Carlos Alberto Orozco Díaz
Edwin Iván Cano Nieva

Universidad del Valle, sede Norte del Cauca
Facultad de ciencias de la administración
Administración de empresas
Santander de Quilichao
2019

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL RESTAURANTE
TEMATICO DE FUTBOL “C&E” EN EL MUNICIPIO DE JAMUNDÍ PARA EL
AÑO 2019

CARLOS ALBERTO OROZCO DÍAZ
EDWIN IVÁN CANO NIEVA

TRABAJO DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OBTENER
EL TÍTULO DE ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

DIRECTOR
UVENCER ALEXANDER GÓMEZ

UNIVERSIDAD DEL VALLE, SEDE NORTE DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTANDER DE QUILICHAO
2019

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	12
Propuesta Restaurante temático de futbol “C&E”	13
Capítulo 1.....	16
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	16
Planteamiento del problema	16
Pregunta del problema de investigación	19
Preguntas orientadoras	19
Objetivos	20
Objetivo general	20
Objetivos específicos.....	20
Justificación	21
Marco referencia	24
Marco contextual.....	24
Límites del municipio	25
Sector de negocio	26
Marco teórico.....	28
Barcelona emprendimiento	28
Teoría de Schumpeter.....	30
Teoría de Peter Drucker.....	30
Teoría de Andy Freire.....	31
Teoría de Juan Antonio Vázquez.....	31
Marco conceptual.....	36
Creación de empresa	36
Ventaja competitiva	36
Restaurante temático	37
Línea de investigación.....	37
Estado del arte	39
Importancia del asesoramiento profesional	43

Metodología	44
Tipo de investigación	44
Metodología exploratoria.....	44
Metodología descriptiva	44
Metodología explicativa.....	45
Tipo de información	45
Información primaria.....	45
Información secundaria.....	46
Información terciaria	46
Fuentes de información.....	46
Ubicación del espacio.....	47
Universo de estudio	47
Capítulo 2.....	48
Análisis de los entornos del sector	48
Entorno político	48
Entorno económico.....	52
Entorno jurídico	57
Entorno tecnológico	62
Entorno sociocultural	64
Entorno ambiental.....	70
Análisis del sector y subsector	81
Descripción de la cadena productiva en la región e inserción de la empresa.....	81
Fuerzas competitivas de Porter.....	83
Amenaza de entrada de nuevos competidores	84
Competidores actuales.....	86
Desarrollo potencial de productos sustitutos	87
Poder de negociación con los proveedores.....	89
Poder de negociación de los clientes	92
Rivalidad entre las empresas	93

Capítulo 3.....	94
Estudio de mercado	94
Análisis del mercado potencial.....	95
Mercado objetivo.....	96
Datos de la fórmula para determinar la muestra.....	96
Resultado de la encuesta.....	97
ESTRATEGIAS DE MERCADO.....	115
Descripción del servicio.....	115
Estrategia promocional.....	116
Estrategia de precio.....	117
Estrategia de distribución.....	117
Estrategias.....	118
Presupuesto del plan de mercadeo	119
ANÁLISIS TÉCNICO.....	120
Costos de adecuación y mano de obra.....	124
Proveedores	124
Plan de producción	126
Plan de consumo	127
Plan de compras	128
ANÁLISIS ADMINISTRATIVO.....	129
Direccionamiento estratégico	129
Misión	129
Visión.....	129
Valores y sentimiento	130
Empatía.....	130
Dedicación Y Esfuerzo	130
Humildad	130
Agradecido.....	130
Política de calidad	132

Estructura.....	133
Aspectos legales	135
Constitución legal del Restaurante temático “C&E”	135
Trámites para la formalización.....	136
Formalización del Rut.....	136
Afiliación a la aseguradora de riesgos profesionales (ARP).....	137
Régimen de seguridad social	137
Fondo De Pensiones Y Cesantías.....	137
Aportes parafiscales	138
Plan estratégico	139
Sistema de negocio	139
Estrategia de asociatividad	140
Gastos del personal.....	141
ANÁLISIS FINANCIERO Y ECONÓMICO	144
Musculo económico necesario	148
Punto de equilibrio	150
Escenarios proyectados	151
Escenario realista.....	151
Escenario optimista.....	153
Índice de liquidez (liquidez corriente)	155
Prueba acida.....	156
Análisis de riesgos e intangibles	158
Estudios complementarios del proyecto.....	162
Responsabilidad social.....	162
Análisis del manejo ambiental	162
Aporte a la economía del municipio.....	164
Capítulo 4.....	165
Conclusiones	165
Recomendación	171

Bibliografía	175
---------------------------	-----

Tabla de graficas

1 Pirámide Poblacional	25
2 Empresas creadas por el sector	26
3 Crecimiento anual del PIB	52
4 Ingresos y gastos per cápita Jamundí Valle del Cauca	56
5 Participación en la actividad de servicios 2018	62
6 Tabla porcentaje de ejecución presupuestal	68
7 Área de ecosistemas estratégicos	73
8 Parques Nacional	74
9 Fuerzas de Porter	84
10 Edad	97
11 Sexo	98
12 Ocupación actual	98
13 Ingresos mensuales	99
14 Gusto por acudir a restaurantes	99
15 Frecuencia de uso de restaurantes	100
16 Motivo por el que acude a un restaurante	100
17 Precio y atención	101
18 Ubicación y comodidad	102
19 Ambiente y decoración	102
20 Menú	103
21 Exclusividad	103
22 Compañía	104
23 Factor más relevante para considerar un buen servicio en el restaurante	104
24 Conocimiento sobre que es un restaurante temático	105
25 Visita a restaurante temático	105
26 Gusto por el futbol	106
27 Tiempo de espera pertinente por el producto	106
28 Gusto por la idea de incluir medios de diversión al restaurante	107
29 Opinión sobre zona destinada a parqueadero	107
30 Oportunidad de visitar el restaurante temático de futbol "C&E"	108
31 Disponibilidad a pagar	109
32 Otras temáticas atractivas para el restaurante	109
33 Red social usada con mayor frecuencia en el día	110
34 Ficha técnica del servicio	120
35 Distribución de planta física	122
36 Organigrama	133

37 Cadena de valor	141
38 Punto de equilibrio	150
39 Resultados del escenario optimista	154
40 Estado de resultados y balance general del restaurante tematico de Futbol C&E.	157

Tabla de contenido de tablas

2 Matriz del entorno político	52
3 Matriz del entorno económico	56
4 Visita fiscal al municipio de Jamundí	60
5 Matriz del entorno Jurídico	61
6 Matriz del entorno Tecnológico	64
7 Matriz del entorno Sociocultural	69
8 Matriz del entorno Ambiental	76
9 MATRIZ INTEGRADA DEL ENTORNO	77
10 Ficha técnica de la encuesta	96
11 Cruce de variables ingreso-edad	111
12 Cruce de variables frecuencia-gusto	112
13 Cruce de variables disponibilidad-ingresos	112
14 Cruce de variables gusto-compañía	113
15 Cruce de variables factor relevante-gusto	114
16 Presupuesto plan mercado	119
17 Actividades que forman parte del servicio	121
18 Inversión inicial para el montaje	123
19 Consumo unitario por producto	124
El análisis de este consumo se desarrolla a partir de un portafolio de 6 productos el cual se desarrolla a continuación: (ver Análisis económico y financiero, Plantilla COSTO-PRODUCTO)	
20 Costo promedio MP \$8,205.	125
21 Plan consumo	127
22 Objetivos, estrategias, metas e indicadores estratégicos.	132
23 MANUAL DE FUNCIONES DEL RESTAURANTE TEMÁTICO DE FUTBOL "C&E"	134
24 Nómina mensual	141
25 Gastos de Constitución	142
26 Inversión inicial	144
27 Costo materia prima	145
28 Costos fijos y otros	146
29 Nómina mensual	146
30 Aportes	147
31 Depreciación	147
32 Inversión requerida del proyecto	148
33 Amortización del crédito	148
34 Costo y precio de venta	149
35 Resultados del escenario realista	152

37 Indicador financiero	155
38 Resultado indicador de liquidez	156
39 Desarrollo prueba acida	156

Introducción

El presente trabajo tiene como fin el desarrollo de un estudio de factibilidad para la creación del restaurante temático de fútbol “C&E” en el municipio de Jamundí, Valle del Cauca, para el año 2019.

El cuerpo del documento está estructurado en cuatro capítulos que están constituidos de la siguiente manera:

En el capítulo uno, se abordan los temas de, planteamiento del problema, la pregunta del problema de investigación, preguntas orientadoras, el objetivo general, los objetivos específicos y la justificación de la investigación, que tienen como propósito estructurar el motivo del planteamiento la investigación estableciendo los logros que se pretenden obtener para el presente proyecto. En este capítulo se incluye el tema de la estructuración del marco referencial, en el cual se establecen los tres marcos contextual, teórico y conceptual, estos dan una orientación a la investigación, definiendo los parámetros en los cuales se basa el método del desarrollo del estudio de factibilidad, basado en las teorías de grandes autores en cuanto a cómo formular un proyecto de creación de empresas y que factores tiene estrecha relación con el tema.

Por otra parte, en este capítulo, se describe el estado de la actividad económica y las tendencias que se presentan en la actualidad sobre los restaurantes temáticos a nivel mundial, se relaciona los tipos de metodologías de investigación y de información utilizados en el desarrollo de la investigación.

En el capítulo dos, se abordan los análisis del sector y subsector, con el objetivo de conocer cada uno de los escenarios más significativos a nivel nacional y regional de la actividad económica del sector gastronómico, con el fin de lograr observar las posibles oportunidades y/o amenazas existentes en el mercado.

En el capítulo tres, se llevan a cabo los estudios de mercado, técnico, administrativo y financiero los cuales, constituyen la estructura principal del

estudio de investigación. Estos estudios se desarrollan a partir de una serie de lineamientos definidos en los libros y artículos de los autores expuestos en el marco referencial del presente trabajo, estos autores, aportan las bases para el desarrollo del estudio de factibilidad y sus componentes principales, al definir de acuerdo a sus experiencias y perspectivas, las actividades previas que se deben tener en cuenta para desarrollar de forma adecuada cada estudio, enfocándose en el logro del objetivo principal y específicos definidos para el proyecto, en este caso, determinar la factibilidad del restaurante temático de fútbol C&E bajo unas condiciones del macroentorno y microentorno observadas en el municipio de Jamundí.

Por otra parte, en este capítulo se describe el manejo ambiental respecto a los residuos generados por la actividad, en el cual se define como se aportará a la conservación del medio ambiente del municipio, al igual que el aporte social del restaurante y el aporte que brinda a la economía del municipio a partir de la generación de empleo y el incentivo de generar asociatividad con los productores agrícolas de las zonas rurales de Jamundí.

El capítulo cuatro está conformados por las conclusiones y recomendaciones de los autores del proyecto, basadas en los resultados obtenidos en cada estudio y análisis del presente proyecto de investigación.

PROPUESTA RESTAURANTE TEMÁTICO DE FUTBOL “C&E”

La diferenciación con respecto a los demás restaurantes tradicionales del municipio de Jamundí, Valle del Cauca, consiste en una propuesta innovadora como lo es un restaurante temático de fútbol, en el que la decoración y la temática juegan un papel muy importante, puesto que esto es lo que permitirá diferenciarse de la competencia dentro del mercado. Esto se debe a que actualmente dentro del municipio no hay un restaurante que tenga una temática específica o alusiva al fútbol.

El Restaurante temático de Fútbol “C&E”, no se centrará en un solo equipo, sino que dejará ver las distintas perspectivas que se tienen del fútbol según su nacionalidad. “C&E” proporcionará un ambiente agradable y excitante para aquellos que sienten pasión por este deporte y también para quienes quieren vivir una experiencia diferente.

Ahora bien, el restaurante temático de fútbol “C&E” en su carta de menú presentara sus platos y bebidas con nombres de los distintos jugadores de fútbol, puesto que se pretende generar un atractivo hacia los clientes desde el momento que ingresan al lugar hasta que consumen sus alimentos.

La elección de esta temática se basa en que el fútbol es uno de los deportes más practicados a nivel mundial, tanto a nivel aficionado como a nivel profesional. A lo largo de la historia se ha podido observar que el fútbol ha generado una unión tanto en las personas que lo practican, como en las personas que lo ven, esto se debe a la interacción que existe entre las distintas culturas que hay en el mundo.

En el Restaurante temático de fútbol “C&E” se quiere brindar una experiencia tanto individual como colectiva, en el que las personas se puedan relacionar y compartir las distintas anécdotas que han tenido con respecto al fútbol. Cuando apareció la euforia de los partidos televisados, aumentó la pasión de ver el fútbol en compañía de amigos o conocidos, junto con una buena comida y unas cuantas bebidas.

El Restaurante temático de fútbol “C&E” estará dirigido al siguiente público:

- Personas que buscan un lugar exclusivo mientras disfrutan de un buen partido y una buena comida (UEFA Champions league, Europa league, Conmebol libertadores, Premier league, Liga de España, El Calcio Italiano, Bundesliga etc.)
- Personas que buscan un excelente servicio y apasionados por el futbol.

- Personas que buscan un espacio en el que puedan interactuar y divertirse.
- Para grupos de amigos o parejas.

CAPÍTULO 1

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Planteamiento del problema

La creación de empresa es básicamente un lineamiento que expone, todos los análisis que se deben incluir para desarrollar un proyecto y direccionarlo a su implementación, lo que se busca obtener son respuestas cuantificables sobre el futuro que pueda presentar el proyecto al llegar a ser implementado.

En cuanto al estudio de factibilidad para la creación del restaurante temático “C&E” el cual se pretende desarrollar en el municipio de Jamundí, Valle del Cauca para el año 2019. La idea de este estudio surge a partir de experiencias previas de ambos autores en el establecimiento Rancho cañas gordas en el año 2016, el cual está ubicado en la vereda la vorágine, del corregimiento de Pance (Cali).

En el restaurante Rancho cañas gordas, se logró evidenciar a partir de observaciones durante el periodo de un año 2016-2017, tres aspectos fundamentales en lo que concierne a su funcionamiento, en primer lugar, fue el manejo interno del personal, el cual definía las responsabilidades y actividades que tenía y debía desarrollar cada trabajador en el establecimiento y de igual forma, como se manejan los recursos con los que contaban (tecnológico, humanos, materia prima, tiempo, infraestructura).

En este restaurante antes mencionado, en segunda instancia se observa el uso de los recursos económicos para abordar los costos y gastos generados por el funcionamiento del establecimiento, en temas como pago de nómina, compra de materia prima, mantenimiento de los equipos, pagos de servicios públicos, sustitución de equipos, entre otros, posterior a ello, en el último aspecto se observa la rentabilidad que se logra luego de cubrir las erogaciones generadas.

Derivado a esta experiencia, se plantea la formulación del estudio de factibilidad para la creación del restaurante “C&E”, como una oportunidad de negocio rentable visto desde un aspecto cuantificable con el cual, se busque mejorar las condiciones de vida de los emprendedores aumentando sus ingresos económicos.

Cabe mencionar, que el proyecto presenta obstáculos para determinar si es posible la creación del restaurante temático “C&E” en el municipio de Jamundí, Valle del Cauca, para el año 2019, estos se presentan en diversas barreras que, a partir de este estudio, se pretende franquear.

Las barreras que delimitan el estudio de factibilidad para la creación del restaurante temático “C&E” son las siguientes:

- Variedad de riesgos financieros, económicos, legales, demográficos, técnicos, ambientales, político, jurídico, sociocultural.
- Determinar la mejor ubicación para el restaurante.
- Disponer del recurso humano apto.
- Disponer de recursos económico para abordar todos los costos y gastos.
- Saber si esta idea de negocio será rentable
- Competencia en el mercado

La primera barrera se origina debido al constante movimiento que se presenta en los entornos, estos pueden ser una amenaza o una oportunidad para la idea de negocio, dependiendo la perspectiva del emprendedor. La segunda barrera es un obstáculo muy determinante en la viabilidad del negocio, la forma de disminuir el grado de incertidumbre sobre el espacio geográfico óptimo para implementar el restaurante es a partir de estudios de mercado con trabajos de campo. La tercera barrera es contar con un recurso humano que brinde una ventaja competitiva en el mercado para generar mayor satisfacción a los consumidores.

La cuarta barrera que se puede encontrar para llevar a cabo la idea de negocio es la falta de capital inicial, debido a que no se cuentan con los recursos Suficientes para desarrollar la idea de negocio teniendo acceso a una infraestructura adecuada para el restaurante, adquirir los equipos necesarios, realizar trámites legales para la constitución, compra de materia prima.

La quinta barrera se aprecia ante la incertidumbre de saber si el desarrollo de la idea de negocio es realmente rentable para eliminar esta barrera se realiza el estudio de factibilidad en el cual se analizan, el análisis de los entornos, estudio de mercado, análisis legal, técnico, administrativo, financiero y de riesgos.

La sexta barrera es la cantidad de competidores y sustitutos que hay en el municipio de Jamundí los cuales, ofrecen el mismo servicio de alimentación por lo cual, surge la necesidad de conocer de qué manera compiten dentro del mercado y afianzar así, una ventaja competitiva para el restaurante temático “C&E”.

Esta competencia en el sector de restaurantes ha ido en aumento, lo cual se evidencia por la cantidad de establecimientos formales e informales en el municipio, lo que genera una elevada oferta en el sector gastronómico, convirtiéndose en un problema para el restaurante temático de futbol “C&E” por ser un negocio nuevo en un mercado posicionado y competitivo. Los lugares en los cuales hay mayor presencia de estos competidores son:

- Ciudad sur
- Centro del municipio
- La 14 de alfaguara
- Vía rio claro
- Vía potrerito

En la búsqueda de una idea innovadora en los restaurantes para afrontar las barreras presentes, se plantea la necesidad de elaborar un estudio de factibilidad para la creación del restaurante temático de Futbol “C&E”.

Pregunta del problema de investigación

¿Cuáles son los factores que inciden en la creación de un restaurante temático de futbol en el municipio de Jamundí, Valle del Cauca, para el año 2019?

Preguntas orientadoras

- ¿Cuáles son las herramientas necesarias que permiten la recolección de información sobre el sector gastronómico en el municipio de Jamundí?
- ¿Qué efecto tiene el desarrollo de un estudio de mercado en el municipio de Jamundí, con respecto a la creación de un restaurante temático de futbol?
- ¿Cuáles son los factores que pueden influir en el desarrollo del restaurante temático de futbol?
- ¿Cuál es la inversión necesaria para la implementación del plan de negocios y mediante que indicadores se puede determinar la viabilidad cuantitativa?
- ¿Cómo pueden influir las restricciones económicas en el sector gastronómico del municipio de Jamundí y que impactos puede generar en la implementación del restaurante temático de futbol?

OBJETIVOS

Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad y viabilidad para la creación del restaurante temático “C&E”, en el municipio de Jamundí, Valle del Cauca, para el año 2019.

Objetivos específicos

- Realizar un análisis del entorno y del sector de los restaurantes en el municipio de Jamundí.
- Realizar un estudio de mercado para el restaurante temático de futbol “C&E”.
- Realizar los análisis técnico, administrativo y financiero para el restaurante temático de futbol C&E, considerando todas las variables necesarias para conocer la factibilidad y viabilidad del proyecto.
- Desarrollar un análisis sobre el posible impacto social, ambiental y económico en el municipio de Jamundí.
- Realizar el análisis de los riesgos presentes en el proyecto.

Justificación

La elaboración del estudio de factibilidad para la creación del restaurante temático de fútbol “C&E” tiene sus antecedentes desde el año 2016, cuando los autores de este documento identificaron una oportunidad de negocio, al haber laborado en el establecimiento llamado Rancho Cañas gordas ubicado en la vereda la vorágine del corregimiento de Pance (Cali).

En este establecimiento se observó el manejo interno del personal en el que se asignaban las actividades y responsabilidades de cada trabajador, por otro lado, se evidencio el modo como se destinaban los recursos económicos para pago de nómina, mantenimiento, compra de materia prima, pago servicios públicos y sustitución de equipos, de igual manera se logra apreciar la forma como se abordaba los costos y gastos generados por el funcionamiento del restaurante, en los que se puede observar la rentabilidad que se obtiene luego de las erogaciones. Además, se percibe la aplicación empírica de muchos conceptos y conocimientos vistos en el transcurso del periodo de formación profesional en el área de Administración de Empresas, en la Universidad del Valle sede Norte del Cauca.

De esta experiencia parte la idea de la creación del restaurante temático de fútbol “C&E”, esta presenta diversas barreras para su desarrollo, las cuales se reflejan en el alto estado de incertidumbre en temas como la variedad de riesgos que se pueden encontrar (mercado, técnico, económicos y financieros), conocer la mejor ubicación, saber cuál es el perfil necesario de los colaboradores y disponer del recurso humano apto, disponer del capital inicial para implementar el proyecto y conocer si en realidad el proyecto será o no rentable.

En vista de que el propósito del análisis de factibilidad es disminuir la presencia estas barreras, este estudio se sustentará en una guía para la creación de empresas, escrita por el autor Rodrigo Varela Villegas, quien plantean en su

libro titulado “Innovación empresarial, arte y ciencia en la creación de empresa” un plan de negocio en los que tiene en cuenta los análisis de mercado, técnico, administrativo, legal, ambiental, social, económico, financiero y de riesgos e intangibles.

Ahora bien, de no implementarse el estudio de factibilidad, los riesgos serían elevados y por ende la idea de negocio sería desarrollada en un estado de incertidumbre, definida por los cambios en los entornos. Lo dicho hasta aquí expone la importancia de realizar el análisis de todos los ítems expuestos por el autor Rodrigo Varela Villegas. Por lo cual, surge el interés de realizar el estudio de factibilidad para el restaurante “C&E”, en el cual se puedan aplicar cada uno de los conocimientos adquiridos durante el periodo de formación profesional, con el propósito de poder determinar si será o no viable la implementación del restaurante.

Las personas en sus proyectos de vida incluyen el objetivo de poseer sus propias empresas, aun con la existencia de variedad de metodologías para determinar la factibilidad antes de la implementación de un negocio, las personas aún se guían por su intuición, sin importar el elevado nivel de incertidumbre que existe, por tal motivo muchas personas fracasan en el intento de alcanzar este objetivo.

Una posible metodología que le serviría a estas personas y la cual define el lineamiento de este estudio, es el libro “Innovación empresarial, arte y ciencia de la creación de empresas” del autor Rodrigo Varela Villegas el cual puede ser utilizado como una herramienta para el análisis de factibilidad de diversos tipos de establecimientos, en este caso del estudio para el restaurante “C&E”. Entre las líneas de investigación de la Universidad del Valle sede Norte del Cauca se encuentra el tema de creación de empresas, la cual será el pilar del desarrollo de este documento.

El desarrollo del estudio de factibilidad para la creación del restaurante temático “C&E”, posee dos intenciones, por una parte, el fortalecer muchos de

los conocimientos vistos en la Universidad del Valle los cuales a partir de la práctica podrían reforzarse, y por la otra, mejorar los ingresos económicos al llevarse este estudio a una realidad, trayendo consigo un mejoramiento del bienestar y calidad de vida.

Marco referencia

Marco contextual

El contexto en el que se llevará a cabo el estudio de factibilidad del restaurante temático “C&E” en el año 2019, será el municipio de Jamundí, Valle del Cauca, el cual fue fundado en el año 1536 por Juan de Ampudia y Pedro de Añazco. Sus actividades económicas en la región son:

- Ganadería
- Agricultura
- Minería
- Comercio.

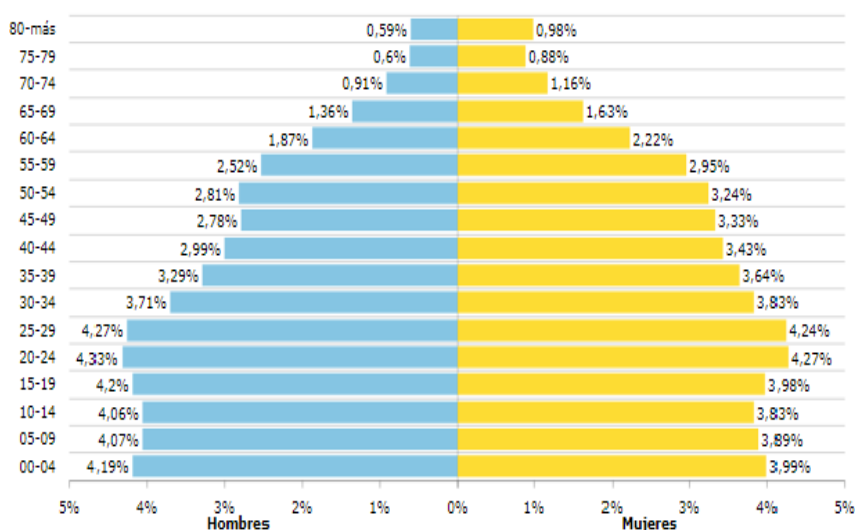
Actualmente los puntos más fuertes del municipio de Jamundí son el turismo y comercio, puesto que son factores que han incidido en el desarrollo económico en la región. La parte del turismo se debe a la diversificación que hay en sus ríos y zonas montañas, en las cuales se puede explorar toda la fauna y flora; en cuanto a su comercio se debe en gran medida a los establecimientos comerciales que hay en cada uno de los puntos estratégicos, los cuales son un punto fuerte para la economía Jamundehña.

Según proyecciones del Dane, para el año 2018 Jamundí, Valle del Cauca contará con una población de 124.623. El municipio tiene una extensión de 603 Km² y una densidad poblacional de 198.29 (personas por Km²), con una categoría municipal (4) del año 2015. De igual manera posee un 2,7% sobre el área departamental (Departamento nacional de planeacion, pág. 1).

La siguiente grafica muestra el comportamiento por edades y sexo de la población de Jamundí, Valle del Cauca, en el año 2017, según el DANE.

1 Pirámide Poblacional

Fuente: DANE - Proyecciones de población - 2019



Límites del municipio

El municipio de Jamundí está ubicado en el departamento del Valle del Cauca y limita con los siguientes municipios, (Alcaldía de Jamundi) :

- Norte: Municipio de Santiago de Cali.
- Sur: Departamentos del Cauca (Buenos Aires y Santander de Quilichao).
- Oriente: Departamentos del Cauca (Puerto Tejada y Villa Rica).
- Occidente: Municipio de Buenaventura (Parque Nacional Natural Los Farallones).

La elaboración del estudio de factibilidad para la creación del restaurante temático “C&E” tiene sus antecedentes desde el año 2016, cuando los autores de este documento identificaron una oportunidad de negocio, al haber laborado en el establecimiento llamado Rancho Cañas gordas ubicado en la vereda la vorágine del corregimiento de Pance (Cali).

En este establecimiento se observó el manejo interno del personal en el que se asignaban las actividades y responsabilidades de cada trabajador, por otro lado se evidencio el modo como se destinaban los recursos económicos para

pago de nómina, mantenimiento, compra de materia prima, pago servicios públicos y sustitución de equipos, de igual manera se logra apreciar la forma como se abordaba los costos y gastos generados por el funcionamiento del restaurante, en los que se puede observar la rentabilidad que se obtiene luego de las erogaciones.

Sector de negocio

La creación de empresas a nivel nacional ha tenido un incremento del 14,9% en el año 2016, (Revista DINERO). Entre los sectores que influenciaron este aumento porcentual se encuentra el de alimentos, comercio y alojamiento. De las 243.093 empresas creadas en el año 2016, la que genero mayor concentración fue la del sector de comercio, seguido por el alojamiento y por último el sector de comidas.

A continuación, se presentará una muestra de los porcentajes en cada sector del país:

2Empresas creadas por el sector



La grafica anterior permite observar la variación que se ha presentado entre los años 2017-2018, reflejando que el sector de alojamiento y servicios de comida tuvo gran participación en unidades productivas con una concentración de

52.655, es importante destacar que estos sectores representaron un 74,1% del total de empresas registradas en el año 2018.

A nivel regional es importante mencionar que el Valle del Cauca es uno de los departamentos que mayor contribución tiene en lo que se refiere a la creación de nuevas empresas en el país, teniendo en cuenta también a departamentos como, Antioquia, Cundinamarca, Nariño, Cesar; Norte de Santander, etc.

Marco teórico

A continuación, se presentan las teorías y conceptos con los cuales, se apoya la sustentación del proyecto de investigación sobre el estudio de factibilidad para la creación del restaurante temático de futbol C&E, en el municipio de Jamundí para el año 2019. Para iniciar, se relaciona el concepto dado por el programa Barcelona Emprendimiento, el cual básicamente es una forma de orientación a los emprendedores para la estructuración de un proyecto de investigación, este plantea lo siguiente:

Barcelona emprendimiento

Este programa sugiere un plan de empresa y define que este, (Ajuntament de Barcelon, 2017) “refleja, de forma ordenada y coherente, el proyecto empresarial, a la vez que sirve como carta de presentación ante terceros, y permite obtener un resumen de la estrategia, acciones y medios que el proyecto empresarial necesita para acercarse al éxito de forma objetiva. También es aconsejable hacerlo para hacerse autónomo”.

El plan de empresa como sugiere el programa debe tener en cuenta:

Evaluación previa de la idea: Lo más importante es tener claro que se quiere hacer, madurar la idea y buscar desarrollarla, para hacer un análisis previo, el programa cuenta con una prueba, asesorado, con el fin de dar respuesta del posible éxito que se puede tener con el desarrollo de la idea y conocer las habilidades del emprendedor.

Marketing: Definir una estrategia es un punto clave para lograr el éxito con una idea de negocio, para construirla es esencial ser muy creativo, algunos factores que pueden apoyar este plan de marketing son:

- El mercado. Donde estará tu negocio, situación del mercado...
- Público objetivo. A quién le venderás tu producto o servicio.

- Competencia. Tanto la competencia directa e indirecta y en qué te diferencias.
- Precio. A cuánto venderás tu producto o servicio.
- Promoción. Qué vas a hacer para darte a conocer.
- Previsión de ventas. Qué esperas conseguir y cómo lo harás.

Organización y gestión de la empresa: Este ítem se enfoca en los primeros pasos necesarios para la constitución de la empresa, es de suma importancia decidir una estrategia para el lanzamiento al mercado a partir de ciertos métodos como análisis DOFA, cinco fuerzas de Michael Porter, y planificar y establecer un tiempo estimado al cumplimiento de objetivos, realizar inversiones, establecer la metodología para fabricar y/o vender y definir la ubicación posible de la empresa, analizando la relación beneficio/costo, dados las restricciones, acceso, prohibiciones legales y por último definir la forma jurídica de constitución.

Financiación :Para establecer un monto inicial, el emprendedor bajo la asesoría debe realizar un análisis de la inversión que se necesita para poner en marcha la idea, y mantenerse en movimiento en un lapso de tiempo que le permita generar recursos para realizar nuevas inversiones y relacionado a esto, se debe definir la forma como se obtendrá los recursos económicos para realizar la inversión, para aligerar el proceso, el programa establece cuatro bloques posibles mediante los cuales se puede obtener los recursos económicos para realizar la inversión, lo son: préstamos y créditos, ayudas, concursos, premios o programas e inversión privada, (Barcelona Activa, 2017).

Continuando con el marco de las teorías y conceptos que sustentan el proyecto de investigación del restaurante temático de futbol C&E, se relacionan obras y conceptos de autores importantes en el tema de la creación de empresa y análisis de proyectos de investigación. Estos autores, brindan a los emprendedores varias perspectivas de cómo se debe formular un proyecto y

que se debe incluir dentro de estos, a continuación, se relacionan las teorías y conceptos de estos grandes exponentes:

Teoría de Schumpeter

(Schumpeter, Teoría del desenvolvimiento económico, una investigación sobre ganancias, capital crédito, intereses y ciclo económico, 1997) define el concepto de empresa como la realización de nuevas combinaciones de medios de producción y empresario, donde el individuo es el encargado de dirigir dicha realización; es decir, que la realización de nuevas combinaciones es también una función especial, y el privilegio de un tipo de hombres que son mucho menos numerosos que aquellos que disponen de la posibilidad objetiva de hacerlo.

Los empresarios pertenecen, por tanto, a un tipo especial y su conducta es el motivo de un número muy significativo de fenómenos. De igual manera, define el perfil del empresario en términos del comportamiento humano, es decir, a partir del análisis de los motivos característicos de su conducta.

(Schumpeter, 1997) afirma que un empresario debe confiar más en sí mismo y en sus convicciones, que en la de los demás, puesto que el principal objetivo es cambiar lo tradicional por la creación de algo nuevo, aunque no necesariamente se debe hacer a partir de la satisfacción de sus propias necesidades. (Schumpeter, 1997, pág. 76) define el emprendimiento desde el aprovechamiento de oportunidades a partir de la adaptación a entornos que permitan generar nuevas ideas o productos, siendo este un elemento propicio para generar nuevas necesidades en los consumidores.

Teoría de Peter Drucker

Según (Drucker, 1986, págs. 31-48-49) en su libro titulado, La innovación y el empresario innovador, la práctica y los principios, define que “los empresarios innovadores deben investigar conscientemente las fuentes de innovación, los cambios y las posibles oportunidades para hacer innovaciones exitosas y

deben conocer los principios de la innovación exitosa” es decir, que esta debe ser desarrollada mediante siete áreas que buscan la oportunidad de innovar, donde las primeras cuatro reflejan el cambio al interior de la empresa y las otras tres a los cambios externos de la empresa, A continuación se presentaran las siete áreas:

- Lo inesperado: El éxito el fracaso, la sorpresa.
- Lo incongruente: Entre la realidad como es y lo que se supone “debería ser”.
- La innovación que se basa en la necesidad de un proceso.
- El “desmoronamiento”: el cambio súbito en la estructura de la industria o del mercado.
- Cambios en la población.
- Cambios en la percepción, modalidad y significado.
- Nuevos conocimientos, tanto científicos como no científicos.

Teoría de Andy Freire

(Freire, 2005, pág. 3) en su libro titulado ***Pasión por emprender, de la idea a la cruda realidad*** hace referencia a que “un emprendedor es una persona que detecta una oportunidad y crea una organización (o la adquiere o es parte de un grupo que lo hace) para ponerse enfrente de ella”. Es claro observar que el emprendedor debe convertir en fortaleza cada oportunidad para desarrollar una idea de negocio, teniendo en cuenta cada una de las barreras a las que puede llegar a enfrentar.

Teoría de Juan Antonio Vázquez

El autor (Vasquez , 2015) moreno en su libro titulado ***El emprendimiento empresarial, la importancia de ser emprendedor*** menciona que “Emprender es más que gestionar una empresa, es adaptarse a los nuevos escenarios de mercado que la economía impone”. Lo que el autor quiere dar a entender es que todo emprendedor debe tener la capacidad de aprovechar para su

beneficio cada uno de los entornos del mercado, en el que cada amenaza pueda convertirla en fortaleza u oportunidad, con el fin de transformarla en una ventaja competitiva.

Es importante mencionar que todo emprendedor debe explorar el mercado, conocer sus entornos y detectar las barreras que pueden influir en su idea de negocio, esto se debe a que el emprendimiento está muy ligado con la innovación puesto que constantemente se deben hacer cambios dentro de la organización para adaptarse a las exigencias del mercado.

Respecto a los riesgos que puede tener los emprendedores, el autor (Valls, 2012) afirma que todos los emprendedores se deben enfrentar y asumir ciertos riesgos en el momento que deciden la creación de una empresa, partiendo de dos conceptos.

- Hundir el barco: Temor a que no se pueda desarrollar la idea de negocio, mala planificación del proyecto o el ingreso a un mercado demasiado saturado.

Perder el barco: Retraso en la idea de negocio que permite a los competidores seguir avanzando en el mercado, pasividad por parte del emprendedor, falta de toma de decisión para la puesta en marcha

Para lograr afrontar los riesgos que se pueden presentar a los emprendedores (Aguado , 2008), afirma que, el emprendedor debe tener una serie de cualidades importantes para el desarrollo de la idea de negocio, puesto que dichas cualidades son las que determinarán qué tan lejos se puede llegar para la creación de una empresa. Algunas de estas cualidades son:

- Orientación al logro
- Creativo e Innovador
- Visión de futuro
- Adaptación al cambio
- Resistencia al fracaso

Pasando al plano de la elaboración del proyecto de investigación y sus componentes, en el libro titulado ***Guía para la creación de empresas*** los autores (Casillas & Marti, 2002, págs. 21-22) afirman que “la elaboración de un proyecto empresarial es parte de un proyecto más amplio. El punto de partida es el emprendedor, con su idea. Con esta base se elabora un proyecto, estudiando la viabilidad real de la idea”. Lo que el autor quiere dar a entender es que la creación de empresas tiene una serie de pasos, en la que primero el emprendedor debe tener una idea sólida con la cual pueda iniciar la idea de negocio, segundo conocer a fondo los riesgos y retos, tercero establecer de forma clara los objetivos y cuarto determinar la viabilidad del proyecto.

Para complementar la idea de los autores, (Gomez , 2006) en su libro ***Introducción a la metodología de la investigación científica*** afirma que “Para analizar la viabilidad, debemos tomar en cuenta fundamentalmente como llevaremos a cabo la investigación, que instrumento usaremos para recolectar datos, cuántas unidades de análisis será necesario estudiar”. Menciona también que se deben evaluar los siguientes recursos:

- Financieros (Dinero)
- Humanos (Personal necesario y capacitación)
- Materiales (Oficinas, computadores etc.)

Al respecto se puede decir que, para determinar la Viabilidad de un proyecto, es necesario realizar un estudio de factibilidad bien estructurado, en el que primero se describen sus antecedentes y el motivo por el cual se inicia la idea de negocio, luego establecer el problema central de la investigación, en el que se conozcan los obstáculos que pueden impedir la realización del estudio y por ende el establecimiento de los objetivos y justificación del proyecto.

Para la elaboración del estudio de factibilidad con las características relacionadas, se debe tener una estructura que esté acorde con los objetivos que se quieren alcanzar en el proyecto, está a su vez debe seguir un orden en

el que deje claro el propósito del plan de negocio. La estructura que se debe tener para un plan de negocio es:

- Definición del negocio
- Resumen ejecutivo
- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Organización administrativa
- Estudio financiero
- Evaluación del proyecto

No solo es necesario contar con un plan de negocio estructurado, según el autor (Porter, 1987), el plan de negocios debe contar con una estrategia que se diferencie con el resto de los competidores del mercado, puesto que no se puede sobrevivir en el mercado competitivo si no hay innovación en sus bienes o servicios, debido a que el desarrollo de estrategias no solo es un mecanismo de supervivencia sino el que permite el cumplimiento de los objetivos y metas propuestos dentro de la organización

El en su libro ***Ventaja competitiva*** plantea cinco factores:

- Riesgo de nuevas empresas
- Competencia de la industria
- Poder de negociación con los proveedores
- Poder de negociación con los compradores
- Amenaza de sustituto o productos entrantes

Posterior a observar las posiciones de los diferentes autores, se entra en materia de la teoría que es el pilar para el desarrollo del estudio de la viabilidad, para la creación del restaurante temático de futbol C&E. El autor Rodrigo Varela Villegas, plantea en su libro Innovación empresarial, ARTE Y CIENCIA DE LA CREACION DE EMPRESAS, ocho ítems que deben ser analizados en el estudio, para el desarrollo de esta investigación, solo se trabajará con los

siguientes ítems propuestos en dicho plan de empresa (Varela Villegas, 2008, págs. 316-381):

- Análisis de Mercado
- Análisis Técnico
- Análisis Administrativo
- Análisis Legal, Ambiental, Social
- Análisis Económico
- Análisis Financiero
- Análisis de Riesgos e intangibles

Cabe mencionar que estos ítems corresponden a rigurosos análisis que debe realizar el emprendedor, si su intención es reducir las barreras que le generan un alto grado de incertidumbre ante las posibilidades que existen de éxito de su proyecto, dado los recursos con los que dispone y las limitaciones que existen.

Marco conceptual

Para la evaluación de este proyecto de investigación, se definieron algunos términos, los cuales servirán para aclarar el significado de cada concepto, estos son:

CREACIÓN DE EMPRESA

Es un plan, proyecto; con cierto grado de rigurosidad; en el cual uno o varios emprendedores, con el surgimiento de una idea o en vista de una oportunidad, percibe un posible mercado para un producto o servicio y se enfoca en desarrollarlo para obtener unos beneficios particulares o colectivos con la puesta en práctica de su idea, principalmente sus intereses son ingresos económicos, a partir del manejo de unos recursos económicos, humanos y materiales.

Este término ha obtenido mucha importancia para la economía e individuos, por temas asociados al desarrollo y proyectos de vida, se ve reflejado en la diversidad de metodologías planteadas por autores desde su perspectiva, sobre los componentes que no pueden ser omitidos a la hora de formular el plan de empresa tales como, análisis técnico, administrativo, legal, ambiental y social, económico, financiero y riesgos e intangibles. El término empresa, es definido por el autor (Simon, 2007), “como un conjunto de elementos humanos, técnicos y financieros, ordenados según determinada jerarquía o estructura organizativa y que dirige una función directiva o empresario”.

VENTAJA COMPETITIVA

Considerada una preeminencia que se obtiene por el acceso y uso eficiente de recursos y atributos, tales como tecnología, mano de obra, infraestructura, ubicación, etc., esto da a entender que esta ventaja se logra a partir de atributos propios y busca generar una diferenciación agregando valor a los productos (aceptación de los consumidores para pagar por obtener un producto). Es utilizada en la industria, con el fin de lograr una mejor posición

frente a la competencia, dado que corrige procesos y mejora el uso de los recursos, a partir de nuevas formas de realizar las actividades, generando unos menores costos de producción, reducción de tiempo invertido en las actividades, entre otros.

RESTAURANTE TEMÁTICO

Los restaurantes temáticos son establecimientos en los cuales su esencia del servicio, portafolio, estructura física, ubicación y/o ambiente, son característicos y/o se relacionan con un tema que puede ser un país, una región, una cultura, un deporte, una época entre otros.

En este tipo de establecimientos su eje central es la ambientación del establecimiento, como la forma en la cual se da a los clientes una recreación del tema o ambiente que se quiere que perciban los comensales. La selección de una temática para los restaurantes es una forma de potencializar el establecimiento, es un valor añadido que el emprendedor da al servicio que brinda.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Es un enfoque que abarca conocimientos, inquietudes y perspectivas de análisis para el desarrollo de un proyecto de investigación. Las líneas de investigación deben ser dirigidas a quienes tengan mayor interés sobre el tema, que conozcan las debilidades y potencialidades, la experiencia en la realización de investigaciones anteriores y que contemplen los recursos que tienen disponibles.

Ahora bien, Surge cuando el investigador selecciona una temática en cualquier disciplina y la elabora siguiendo una serie de pautas que permitan el desarrollo del proyecto, es decir el área de interés en el que se llevará a cabo una investigación, la cual está regulada bajo los parámetros manejados por la Universidad del Valle, Sede Norte del Cauca en el año 2017, quien determina

las líneas de investigación que se pueden abordar para realizar el proyecto de grado.

Las líneas de investigación permitidas dentro de la Universidad Del Valle son las siguientes:

- Creación de empresas
- Asesoría o consultoría
- Monografía
- Práctica empresarial

Estado del arte

Este nuevo concepto de restaurantes temáticos en el mundo ha experimentado un éxito en los últimos años, esto se debe a una propuesta innovadora frente a los restaurantes tradicionales. Esta iniciativa se basa en la nueva experiencia que se le quiere brindar al cliente desde el momento que ingresa al restaurante temático, para ello es importante que las personas se sientan identificadas con la decoración del lugar y de igual manera en la comodidad de un espacio diferente al que habitualmente concurren.

Algunas ideas para tematizar un restaurante son las que se presentarán a continuación (Pymex , 2016) :

- **Gastronomía:** Americana, Texmex, Árabe, Italiana, Egipcia, China, Japonesa, etc.
- **Música:** Pop de los 80s, disco de los 70s, Beatles, reggae, heavy, rock, opera jazz, etc.
- **Cine:** Hollywood, actores y directores de cine, películas de terror, ciencia ficción.
- **Deportes:** Fútbol, tenis, hockey, fútbol americano, rugby, baloncesto, etc.
- **Historia:** Años 50, castillo medieval, movimiento hippy.

Ahora bien, a nivel mundial existen restaurantes temáticos que tienen gran posicionamiento debido a la aceptación que han tenido por parte de las personas hacia ellos, todo esto va de la mano con la innovación, decoración y la sensación que se quiere ofrecer a la hora de degustar los alimentos.

Estos son algunos de los mejores restaurantes a nivel mundial (Gudiño, 2018):

- **Poop Café Dessert Bar:** Su temática es la cultura al retrete, en la que se sirve el café y comidas en pocillos parecidos a sanitarios.

- HR Giger Bar: Este restaurante fue inspirado en la película Alien y fue diseñado por el mismo artista de dicha película.
- Dalu Robot Restaurant: Es un restaurante en el cual los clientes son atendidos por robots, brindando una sensación diferente a las personas.
- Donny Dirk's Zombie Den: La temática de este restaurante se basa en observar motosierras, ventanas aseguradas con mallas y meseros caracterizados en la época medieval.
- Hilton Maldives: Este restaurante está inspirado en la experiencia de comer bajo 3 metros del mar, en la que los comensales mientras degustan sus platos pueden observar los peces y otros animales que se encuentren inmersos en el mar.

Por otro lado, para mencionar algunos restaurantes temáticos en el país, se debe tener en cuenta que el crecimiento gastronómico a nivel nacional ha tomado una postura fuerte, debido a gran parte por ser un país caracterizado por su diversidad cultural, lo cual permite la atracción tanto de propios como de visitantes.

(Sasson, 2016), los colombianos quieren dar a conocer su tipo de cocina e ingredientes, debido a que Colombia es la próxima alacena en cuestión de comidas, esto se debe a la variación que hay en cada uno de sus platos y en su geografía, puesto que permite que sea uno de los futuros centros de atención en lo que a comida se refiere.

Por otro lado, el director general de Basque Culinary Center (Aizega , 2016) afirmó en el diario Campesino, que la gastronomía colombiana está pasando por un buen momento, puesto que actualmente hay una gran cantidad de jóvenes que presentan nuevas propuestas en el mercado alimenticio.

Ahora bien, el impacto que están teniendo los restaurantes temáticos en Colombia ha sido satisfactorio, puesto que las personas lo ven con buenos

ojos, debido a que es algo que sale de lo convencional, es decir el restaurante que te presenta la carta del día o el típico almuerzo ejecutivo.

La ciudad donde más se encuentran este tipo de establecimientos es en la capital “Bogotá” en la que están algunos de los 6 mejores restaurantes temáticos del país.

A continuación, se presentarán dichos restaurantes temáticos de acuerdo con la (Revista Diners, 2017):

- Jungla Kumba: Es un restaurante familiar para los menores de 5 años y hasta los mayores de 80 años, en los cuales se puede degustar los platos y a la vez apreciar los animales artificiales que se encuentran en el lugar.
- Circo Colombia: Está inspirado en circos ambulantes y de antaño, en los que se hacen las respectivas presentaciones mientras los comensales esperan sus alimentos con sus familias, además tiene una alta variedad en sus platos como en carnes y frutos de mar.
- Classic Diner: Está ubicado en la ciudad de Medellín, en el que invita a sus clientes a vivir de nuevo su época de los 50s, con auténticas rockolas, autos y disfraces que hacen referencia a esa época, por ejemplo, se puede disfrutar de una hamburguesa mientras estás dentro de un Chevrolet Biscayne.
- El burlador de sevilla: Se encuentra en la ciudad de Cartagena, está inspirado en la cultura española, todos los viernes se hacen presentaciones en vivo de flamenco, acompañados de platos como por ejemplo las deliciosas tapas y salchichones de dicho país, también cuenta con una alta variedad cartas, en las que se encuentran mariscos, quesos, embutidos españoles etc.

- Kathmandu: Está inspirado en la cultura del medio oriente, en la que se pueden disfrutar de los bailes árabes mientras se degustan los platos típicos de dicho país.
- Jacques: Es un restaurante que trae a colación la revolución francesa, que tiene una fachada colonial para el entretenimiento de las personas que lo visitan. Tiene platos como Bouillabaisse, Carpaccio de salmón y Lomo café de París entre otros platos

Ahora bien, a partir del año 2017 el marketing digital en los restaurantes tanto tradicionales como temáticos será un factor muy importante para el desarrollo y cumplimiento de los objetivos, puesto que se pretende mejorar la experiencia de los clientes a partir de ideas innovadoras (The Gourmet Journal, 2017). Algunas de estas ideas que buscan un mejor servicio y relación con los clientes son las siguientes:

- Marketing Móvil: Esta herramienta lo que permite es que los usuarios, al permanecer bastante tiempo en las redes, descubran nuevos contenidos, productos y marcas. En los restaurantes es importante, debido a que deben brindar información a partir de campañas, las cuales sean publicadas tanto en Facebook, como Twitter.
- Video Marketing: Se debe aprovechar para realizar promociones o publicidad, como cambio en el menú y nuevas cartas para los clientes.
- TPV's, tablets y sistemas digitales de gestión: Es un sistema de gestión que permite tener la información del restaurante al alcance de la mano y de igual manera digitalizar cada uno de los procesos de la empresa.
- El pago móvil: Es una herramienta que permite a los restaurantes facilitar la labor del servicio y mejorar la experiencia del cliente. Este método de pago mejora los patrones de comportamiento, puesto que permiten estar atentos a cada uno de los cambios en el mercado.

- Creación de una App: Esto permitirá a los restaurantes tener una ventaja competitiva frente a los demás, debido a que por medio de una aplicación los clientes estarán más informados sobre el negocio, de igual manera podrán interactuar con ellos, a partir de reservas que hagan, domicilios, sobre la calidad nutricional y procedencia de los alimentos. (Valor agregado).

Es claro apreciar que cada vez más la tecnología, se ha convertido en un factor muy importante para el desarrollo de la industria de los restaurantes, puesto que es una herramienta que se debe utilizar para diferenciarse de la competencia, debido a que constantemente se presentan cambios en el mercado y por lo tanto se debe dar respuesta a ello, a partir de la innovación empresarial.

Luis Ponce en el periódico digital de los restaurantes menciona que el problema que se presenta en los restaurantes no es la falta de fondos, sino la mala elección que se hace para destinar los recursos, puesto que solo invierten en actividades que anteriormente se les había hecho dicha inversión y no da paso a la aplicación de tecnología dentro de los restaurantes (Ponce, 2017).

Importancia del asesoramiento profesional

En el estudio realizado por Restaurant Technology, se dieron a conocer dos enfoques que tenían los gerentes, uno de ellos era el que constantemente hacia inversión en la tecnología y por otro lado estaba el que invertía de a poco, pero que era insuficiente para el crecimiento del restaurante (Coquillat, 2017).

Lo anterior muestra la importancia en aquellos gerentes que apuestan por innovar constantemente, a través del asesoramiento de profesionales, que permitan guiarlos en el desarrollo e implementación de tecnologías en el restaurante, puesto que esto a futuro es lo que va a dar paso a una mayor rentabilidad, a partir de las estrategias adecuadas.

Metodología

Tipo de investigación

Para la ejecución de la siguiente investigación se va a aplicar cuatro metodologías de investigación, las cuales son:

Metodología exploratoria

Según la teoría de Roberto Sampieri, este tipo de investigación se realiza con el siguiente objetivo, “examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas” (Sampieri R. , 2014, pág. 91).

La metodología exploratoria adquiere importancia en el desarrollo de la investigación debido a que es el principio en el cual se busca obtener información sobre el tema y empezar a familiarizarse con conceptos o teorías que pueda apoyar la investigación, en este caso para realizar el estudio de factibilidad para la creación del restaurante temático “C&E”. Su esencia como su nombre lo indica, recae en el involucramiento con investigar toda la posible información sobre el tema que se pretende abordar en la investigación.

Metodología descriptiva

En cuanto a este tipo de metodología, Roberto Sampieri especifica que la intención de realizar este tipo de investigación es, (Sampieri R. , Metodologia de la investigacion, 2014, pág. 92) “especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas”.

Esta metodología se empleará en la investigación sobre el estudio de factibilidad para la creación del restaurante temático “C&E”, dado que permite realizar un análisis y definir o por lo menos poder visualizar más a profundidad los componentes o variables que se deben incluir dentro de la investigación, para determinar todos los datos que se deben recolectar y analizar de manera independiente para dar claridad a la investigación y definir el alcance que puede llegar a tener.

Metodología explicativa

De acuerdo con Roberto Sampieri, este tipo de metodología tiene como propósito “explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste, o por qué dos o más variables están relacionadas” (Sampieri R. , 2014, pág. 95).

Ahora bien, esta metodología de investigación se convierte en una herramienta estructurada, en ella se busca tener un conocimiento más amplio y detallado de las causas del problema que se está analizando, la importancia de esta metodología para el trabajo se enfoca en conocer mejor los componentes y causas del problema, percibir las relaciones entre las variables, con el fin de conocer aún mejor el tema de análisis a profundidad.

Tipo de información

Los tipos de información utilizados tiene por objetivo, conocer las distintas posiciones y posibles causas que se relacionan sobre el problema de investigación, se dividen en tres:

Información primaria

De acuerdo con este tipo de información, (Silvestrini Ruiz & Vargas Jorge, 2008, pág. 2) afirman que las fuentes primarias “Contienen información original, que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada por nadie más. Son producto de una investigación o de una actividad eminentemente creativa”.

Información secundaria

Pues bien, partiendo de la información dada anteriormente, los autores señalan que la fuente secundaria, “Contienen información primaria, sintetizada y reorganizada. Están especialmente diseñadas para facilitar y maximizar el acceso a las fuentes primarias o a sus contenidos. Componen la colección de referencia de la biblioteca y facilitan el control y el acceso a las fuentes primarias” (Silvestrini Ruiz & Vargas Jorge, 2008, pág. 3).

Información terciaria

El siguiente punto trata de las fuentes terciarias (Silvestrini Ruiz & Vargas Jorge, 2008, pág. 4) la definen como “guías físicas o virtuales que contienen información sobre las fuentes secundarias. Forman parte de la colección de referencia de la biblioteca. Facilitan el control y el acceso a toda gama de repertorios de referencia, como las guías de obras de referencia o a un solo tipo, como las bibliografías”.

Fuentes de información

Ya definidos los tres tipos como se presenta la información, se define ahora la muestra de población con la cual se pretende realizar las encuestas que dan respuesta en parte a la aceptación posible por parte de los clientes, ahora con el fin de estimar un resultado, se utilizaran fórmulas para calcular muestras para población finita, la cual es explicada por la autora (Perez, 2007, pág. 83):

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{E^2 (N - 1) + Z P Q}$$

$$n = \frac{Z^2 * P \times Q \times N}{(e)^2 \times [N-1] + (Z)^2 \times P \times Q}$$

En donde:

n=tamaño de la población deseada (¿)

P= población éxito = 0,5

Q= población fracaso = 0,5

N = total de población = 31513 habitantes

Z = número de confianza = 92% = 1.75

E = error: % = 0.08

Realizando unos filtros por edades, se obtienen un valor de 31513 personas para N , que corresponde a los hombre y mujeres que se encuentran en el intervalo de edad de 20 a 54 años (*Grafica pirámide poblacional*), por lo cual al desarrollar la formula, la cantidad de encuestas que se deben realizar seria: 119.

Unidad de análisis

Esta investigación se enfoca propiamente en el análisis del sector de alimentos y restaurantes en el municipio de Jamundí, Valle del Cauca, para el periodo de 2018.

Ubicación del espacio

El presente trabajo será desarrollado en el municipio de Jamundí, Valle del cauca para el año 2018.

Universo de estudio

El objetivo central es el estudio de factibilidad para la creación del restaurante temático “C&E”.

CAPITULO 2

Análisis de los entornos del sector

En este punto se hace un recorrido por varios factores del entorno, a nivel nacional, regional y local, con el fin de analizar las oportunidades y/o amenazas existentes para el restaurante temático “C&E”, principalmente en el municipio de Jamundí. Este análisis permite conocer algunas de las condiciones más relevantes respecto a factores políticos, económicos, jurídicos, tecnológicos, socioculturales y ambientales.

ENTORNO POLÍTICO

El entorno Nacional muestra un escenario productivo para la economía del país, dado que la inversión extranjera directa, ha ido aumentando el PIB de producción en el año del 2017 en un 1,8 % y se espera que para el año 2018 sea de 3 % (Lozano Garzon). Una de las razones por la cual encuentran atractivo el país y lo catalogan como uno de los países más prometedores, como lo afirmó Hans Georg Andras, presidente de la compañía Panrail KG durante la visita de estado del presidente Juan Manuel Santos a Viena, Australia, y fue publicado en el artículo del periódico el TIEMPO, (Lozano Garzon, 2018) “Nos impresiona muy favorablemente el futuro de Colombia, todas estas oportunidades no hubiesen sido posibles sin la paz y también no hubieran sido posibles en los últimos 10 años”.

Pasando al plano del proceso de paz, en el año 2016, la República de Colombia pasó por un momento que quedará en la historia para las siguientes generaciones, con la firma del acuerdo de paz entre la presidencia de Juan Manuel Santos y las FARC el día 24 de noviembre del 2016, la cual dirigió el país a una nueva etapa con la terminación de un conflicto armado de más de 50 años.

Los resultados positivos y definitivos sobre los diálogos de negociación y la firma del acuerdo de paz fueron obtenidos bajo la presidencia de Juan Manuel

Santos, los antecedentes de esta negociación datan del mes de febrero del 2012, en el cual empezó en la Habana, los diálogos entre los integrantes de los comisionados de las dos partes, de este modo continuaron los diálogos, los cuales sirvieron para la construcción del documento final.

Con el fin de conocer la opinión sobre el contenido del documento, por parte de los Colombianos, para el día 2 de Octubre del año 2016, el presidente Santos realizó en el país una votación popular, a través de un plebiscito para conocer cómo veían los Colombianos la estructura del documento sobre la paz, en esta consulta no se obtuvo un resultado favorable como se publicó en la página web del periódico (EL TIEMPO, 2016) “Colombia, en una de las votaciones más trascendentales en su historia, dijo 'No' al plebiscito por la paz”, por lo cual el documento recibió unas modificaciones de acuerdo a las inconformidades de algunos grupos, y claramente debían ser aceptadas y aprobadas por los comisionados de ambas partes.

Así continuaron las negociaciones en las cuales se ponía en discusión temas que competen a las dos partes involucradas y teniendo en cuenta sugerencias de los Colombianos, de los cuales algunos vivieron este conflicto en carne propia, siendo desplazados de sus tierras, viviendo al margen de las FARC, soportando los escenarios de guerra armada en sus tierras, perdiendo seres queridos por el fuego cruzado o por reclutamiento obligado por las FARC, entre otros momentos que marcaron sus vidas; pero por los resultados favorables ante el plebiscito del 2 de octubre, en zonas donde la guerra tuvo concentración, dio a entender que en realidad ellos, quienes vivieron los resultados de la guerra, si perdonaron y querían lograr la paz para Colombia.

Con la esperanza que aún tenían los colombianos sobre este proceso se continuó con el apoyo a las negociaciones. Uno de los momentos más importante para el país se presenció el día 29 de agosto del 2016, que fue la entrada en vigor del cese de fuego y de hostilidades bilateral y definitivo que puso fin a las confrontaciones entre el Ejército Nacional y las FARC.

Luego de este gran avance en el proceso de paz, se logró la firma del documento que se componía de una serie de acuerdos y compromisos por las dos partes involucradas el día 24 de noviembre del 2016 como se publicó en la página del alto comisionado de la paz (Alto comisionado de la paz).

Pasando a otro tema, el análisis de algunas Políticas Nacionales, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, a partir del fomento en la cultura del emprendimiento, realizó la aplicación de la ley 1014 del 2006, (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2017). Esta ley se enfoca en cinco grandes componentes, la iniciación formal de la actividad empresarial, las formas de financiación, articulación, soporte no financiero y ciencia tecnología e innovación; el papel que asume el estado en el fomento del emprendimiento como el ente que promueve la alianza público-privada académica facilita condiciones para el emprendimiento y desarrollar la dimensión local del emprendimiento.

La ley 590 del 2000, (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2000), por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas. En su estructura se encuentran temas de número de empleados para ser clasificada, el objetivo de la ley y otros puntos relacionados a la actividad.

Continuando con el movimiento presente en el entorno de la política específicamente en temas de hechos de corrupción y en el área regional, en el municipio de Jamundí, se ha presenciado problemas de corrupción; desde el día 8 de septiembre del 2017, el municipio cuenta con una alcaldesa designada por la gobernadora del Valle del Cauca, Dilian Francisca Toro. La señora Noralba García, quien se desempeñaba como secretaria de seguridad del departamento, asumió el papel de alcaldesa encargada del municipio, hasta ser electo el nuevo alcalde.

El motivo por el cual se realizó esta designación de la alcaldesa se debe a la corrupción que se presentó en el mandato del último alcalde elegido por los

habitantes del municipio a través del sufragio, el señor Manuel Carrillo. El día 25 de octubre del 2015, luego del último boletín de la Registraduría Nacional del Estado Civil de Colombia, sobre las elecciones regionales, se dictamina con 15462 votos, que el candidato por el partido de la U, Juan Manuel Carrillo, fue el ganador de las elecciones y asumió el cargo de alcalde del municipio por el periodo de 3 años.

Como se publicó en el periódico el País (El País, 2017) Desde el año 2016, se le abrió una investigación al señor Carrillo, por irregularidades derivadas por la firma de Decreto 0164 del 18 de marzo de 2016 sobre una calamidad públicas generada por el fenómeno del niño, mediante este decreto, el señor Manuel Carrillo realizó unas contrataciones sin cumplimiento de requisitos legales por cerca de 800 millones, por esta razón, en diciembre del 2016 fue suspendido del cargo por solicitud de la Contraloría del Valle y después, estas investigaciones lo conllevarían a la renuncia del cargo en noviembre del 2017.

En este caso también se vio involucrado el secretario de infraestructura Diego Alberto Galarza Cerón, los imputados fueron presentados ante un juez penal municipal el día 8 de septiembre del 2017, y se sugirió la atribución como supuestos coautores del delito de contratos sin cumplimiento de requisitos legales en concurso homogéneo y sucesivo.

Debido a este escenario de corrupción, para el día 4 de febrero del 2018 se había programado las elecciones para definir el nuevo alcalde del municipio luego de la renuncia del exalcalde Manuel Carrillo. Esta fecha fue aplazada por la Gobernadora del Valle debido a que la Registraduría Nacional emitió un comunicado refiriéndose a que no se cuenta con el presupuesto para realizar estas elecciones atípicas, por lo cual se pospuso hasta el día 15 de abril del 2018.

1 Matriz del entorno político

Variable	A/O	AM	Am	om	OM
Inversión extranjera.	O			X	
Proceso de paz.	O			X	
Diálogos con el ELN.	O			X	
Políticas nacionales para el fomento del emprendimiento.	O				X
Corrupción en el municipio.	A		X		

Fuente: Trabajo de grado empresa dedicada a la promoción de eventos corporativos en la ciudad de Tuluá.

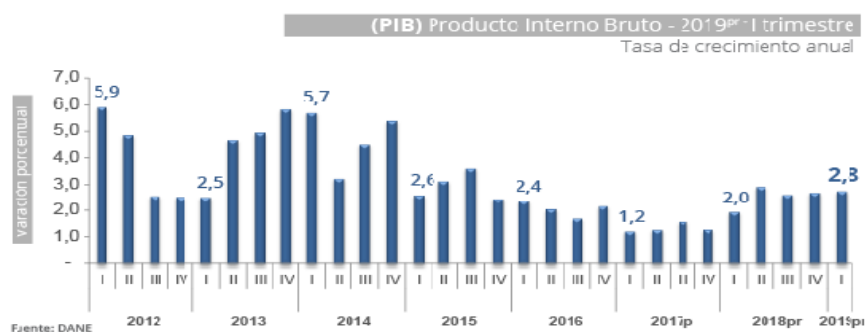
A: Amenaza; **O:** Oportunidad; **AM:** Amenaza mayor; **am:** Amenaza menor; **om:** Oportunidad menor; **OM:** Oportunidad mayor.

ENTORNO ECONÓMICO

En el informe realizado por cámara comercio de Cali, se logró observar que la economía colombiana ajustó cuatro años de desaceleración económica. Según estimaciones del Fondo Monetario Internacional (FMI) (Camara de Comercio de Jamundi, 2018), “El PIB del país creció 1,7% durante 2017 cifra que no se registraba desde 2009”.

3 Crecimiento anual del PIB

En el primer trimestre del año 2019 la economía colombiana creció 2,8%



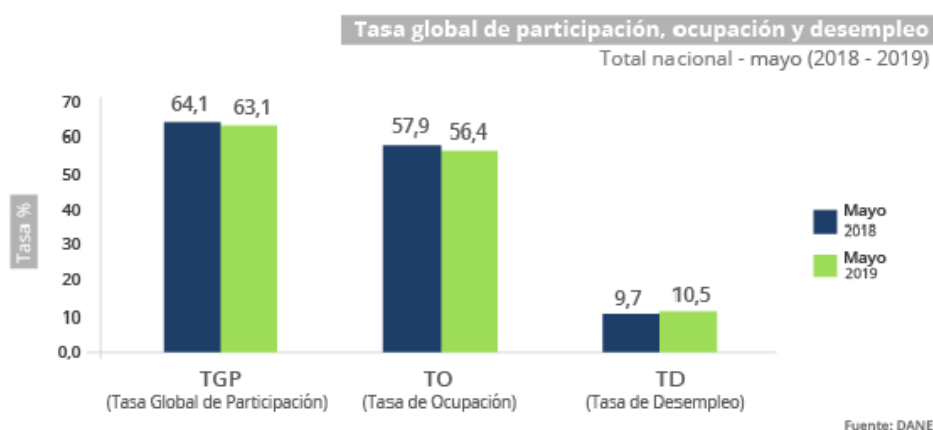
En el primer trimestre de 2019, se puede evidenciar que el producto interno bruto en su serie original obtuvo un crecimiento del 2,8% con respecto al año

anterior (2018) que fue de 2,0%, reflejando de esta manera un crecimiento en la economía nacional.

Ahora bien, dentro de las actividades económicas que más aportaron para el crecimiento del PIB en este primer trimestre, se logra observar que el sector de alojamiento y servicios de comida presento un crecimiento del 4.0%, lo que genero un impacto positivo en la gastronomía y los establecimientos que ofrecen este tipo de servicios. Por otra parte, la administración pública, los planes de seguridad, educación y servicios sociales presentaron un crecimiento del 3,3%, mientras que el sector de industrias manufactureras creció en un 2,9%.

Según el (Dane, 2019) la inflación anual en el quinto mes (mayo) fue del 3,31% un poco más alta a la del mes de Abril que estuvo en 3,25%, en comparación con la del año 2018 que se ubicó en 3,18%, reflejando un aumento de 0,18% entre 2018 – 2019. Ahora bien, el descenso de los precios y el dinamismo de la demanda fueron uno de los motivos por el cual el Banco de la República decidiera ajustar una tasa de interés del 4,43%.

4 Tasa global de participación, ocupación y desempleo



Por otro lado, teniendo en cuenta la comparación del año 2018-2019 que hace el DANE con respecto a este indicador, se puede evidenciar que la tasa de desempleo en el año 2019 ha presentado un aumento de 10,5%, debido a

factores como falta de oportunidad laboral, pocas vacantes de trabajo, falta de recursos de las empresas o por incremento en los impuestos del Gobierno. Con respecto al año anterior el desempleo en el país aumento en un 0,8%.

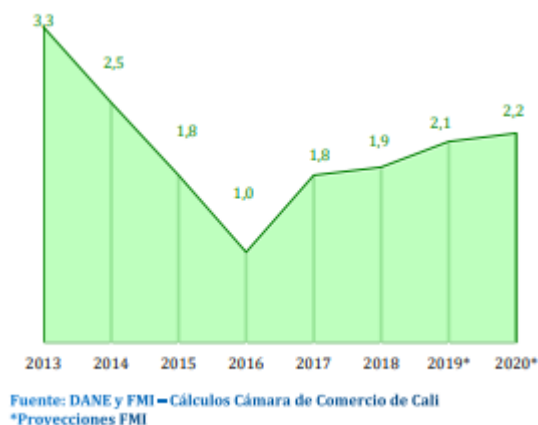
De acuerdo al (Dane, 2019) la tasa global de participación se ubicó en 63,1 frente a la del 2018 que fue de 64,1%, mientras que la de ocupación fue de 56,4% frente a la del 2018 que tuvo un porcentaje de 57,9%”, es decir decreciendo en un 1,5% en comparación con el año anterior.

En el Valle del Cauca pese a la desaceleración económica, se mostró un desempeño destacado en el año 2017. A continuación, se presentarán los principales resultados de la actividad económica (CCC, 2018)

- **Agropecuaria e Industria:** Crecimiento de 15,1%.
- **Construcción:** Crecimiento de 1,2% anual.
- **Comercio interno y turismo:** En el comercio interno presento una variación de 0,2% en lo que automóviles se refiere, presentando una disminución con respecto al año anterior, por otra parte, el sector HORECA se ubicó en el 2018 en un 56,3% superior a la de años anteriores, es decir un 3,6% mayor frente al (2017)
- **Remesa y Comercio Exterior:** El valor de remesas que ingresaron al departamento del Valle del Cauca, entre enero-septiembre del 2018 ascendió en a USD 1.228 millones, un 9,8% más que el año anterior.

Según el FMI “Los principales destinos comerciales del Valle del Cauca en 2018 se revisaron al alza, y en su mayoría registraran un crecimiento superior frente a 2017”, todo esto es lo que permitirá las ventas externas del Departamento.

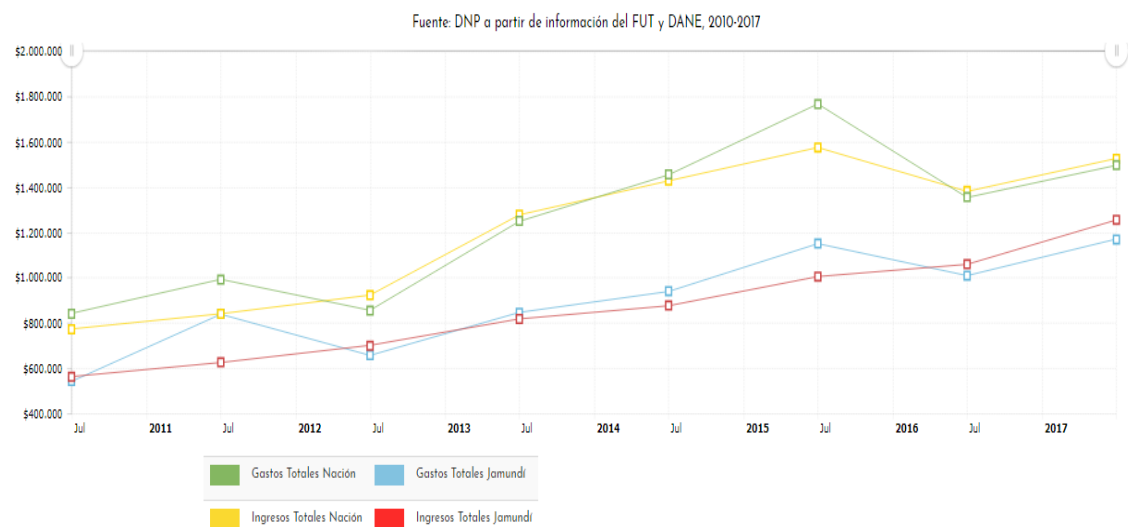
5 índice de entorno comercial (IEC)



Ahora bien, la actividad económica del municipio de Jamundí consta de varias actividades las cuales tienen cierto porcentaje de influencia para el municipio, estas actividades son (Departamento Nacional de Planeación, 2017) :

- Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca 9,26%
- Explotación de minas y canteras 0,40%
- Industrias manufactureras 14,46%
- Suministro de electricidad, gas y agua 1,74%
- Construcción 6,97%
- Comercio, reparación, restaurantes y hoteles 11,07%
- Transporte, almacenamiento, comunicaciones 8,15%
- Establecimientos financieros, seguros y otros servicios 27,60%
- Actividades de servicio social y personal 20,35%

4 Ingresos y gastos per cápita Jamundí Valle del Cauca



En la gráfica se muestran los ingresos y gastos totales tanto de la Nación, como los del Municipio de Jamundí, Valle del Cauca. Se puede observar que en el año 2017 el Municipio obtuvo mayores ingresos frente a los gastos totales, afectando positivamente la economía.

2 Matriz del entorno económico

Variable	A/O	AM	Am	om	OM
Crecimiento del PIB en el país	O			X	
Tasa de Inflación	A		X		
Tasa de Interés	O			X	
Tasa de desempleo	O			X	
Entorno comercial Valle del Cauca	O			X	

Fuente: Trabajo de grado empresa dedicada a la promoción de eventos corporativos en la ciudad de Tuluá.

A: Amenaza; **O:** Oportunidad; **AM:** Amenaza mayor; **am:** Amenaza menor; **om:** Oportunidad menor; **OM:** Oportunidad mayor.

ENTORNO JURÍDICO

El sector público está condicionado por el entorno jurídico que regula su naturaleza, fines estatales, operación, creación, transformación y liquidación. Este entorno tiene las facultades y la autoridad para definir limitaciones en cuanto al desarrollo de actividades estatales, puesto que está sujeto al principio de la legalidad.

Ahora bien, el sector gastronómico está en contra de la tributaria, por el alza de los precios que se dio en el año 2017 a partir de la reforma tributaria, esto se debe a que las tarifas de algunos productos aumentaron en un 8% que se ve reflejado en el impuesto al consumo, el cual afecta al sector gastronómico por prestar el servicio de comidas y bebidas los cuales, no son considerados de primera necesidad, lo que obliga a estos establecimientos a pagar este tributo.

Según (Stanton, 2017) director general de McDonald's afirma que "El régimen de imposable consumo nos genera un impacto que muy probablemente nos impida crecer y expandir nuestra operación al ritmo que habíamos planeado", es decir que la entrada en vigor de esta reforma impactará drásticamente en las inversiones de las empresas extranjeras, que cuentan con un gran número de franquicias en el país.

(Barreto, 2017), directora de la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica, Acodres, señaló que a pesar de la propuesta que se presentó ante la tributaria de no poner en marcha el impuesto de autoconsumo, no se pudo dar, puesto que las franquicias y los negocios que manejan régimen franquiciado no lograron aceptar un IVA del 19%.

De acuerdo con la reforma tributaria todos los restaurantes del país deben realizar los respectivos ajustes en sus listas de precios y en sus cartas, puesto que sin excepción todos deben entregar su factura al consumidor y el servicio que será de un 8% al consumo.

Por otro lado, pese a esta reforma que se hizo no todo fue negativo, según (Confecamara, 2018) “Se cerraron 4.662 establecimientos de alojamiento y servicios de comida, se abrieron otros 50.643 en este mismo año”, es claro observar que fueron más las ideas de emprendiendo que prevalecieron que el mismo impuesto de autoconsumo.

Ahora bien, ante este difícil momento que fue el 2017 para los restaurantes, el director de Axioma y de la revista La Barra, (Arango, El tiempo, 2018) afirmó que “Es un proceso natural en una industria tan competitiva como es la de los restaurantes, y si bien uno ve algunos cierres, también se ven muchas aperturas. El mercado se está acomodando a una nueva realidad”, esto obligó a los restaurantes a tener una propuesta gastronómica diferente con el objetivo de mantenerse en el mercado.

En cuanto al presente año 2018 se espera que el sector de la gastronomía vaya recuperando terreno en su economía, para ello (Arango, El tiempo, 2018) señala que “los empresarios deben adaptarse a los consumidores, puesto que van a tener que aprender a operar con rentabilidad menores al 8% que es el promedio actual”, todo debe ir de la mano con la planeación de algunas estrategias que permitan de nuevo la consolidación de los restaurantes en el país.

En el país existen varias leyes y programas que promueven el emprendimiento a partir de asesoramiento y/o posibilidad de acceder a la financiación de un proyecto, en este caso, el acceso a la financiación para el restaurante temático “C&E”.

Entre estos se encuentra el fondo emprender (ley 789 del 2002, artículo 40), el cual fue creado por el Gobierno Nacional para financiar proyectos empresariales de aprendices y practicantes universitarios que se encuentren en el último año de sus estudios o profesionales que no tengan más de dos años de haber obtenido su cartón, el objetivo de su creación es “apoyar proyectos

productivos que integren los conocimientos adquiridos por los emprendedores en sus procesos de formación con el desarrollo de nuevas empresas.

El Fondo facilita el acceso a capital al poner a disposición de los beneficiarios los recursos necesarios en la puesta en marcha de las nuevas unidades productivas” (SENA).

El acuerdo 04 del 2009, contiene en su estructura el reglamento del fondo emprender, donde se encuentra toda la información sobre los posibles participantes, los recursos brindados, tope de financiación, rubros financiados y no financiados, la definición de las etapas para la formulación, registro y evaluación de los proyectos, la asignación de recursos, el seguimiento y algunas disposiciones sobre el programa (SENA, 2009). Es un documento al cual se puede tener acceso de forma fácil para conocer a profundidad este proyecto del Gobierno Nacional, con el fin de apoyar el emprendimiento en Colombia.

Por otro lado, entrando al plano de los casos de corrupción más relevantes para la Republica de Colombia en los últimos años, los cuales han llevado a que los colombianos pierdan credibilidad sobre los funcionarios públicos. En el mes de junio del 2017, se vio involucrado el Director Anticorrupción de la Fiscalía, el señor Luis Gustavo Moreno Rivera, quien se desempeñaba en ese cargo apenas hace 8 meses y el ex gobernador de Córdoba, Alejandro Lyons. El jefe anticorrupción se vio involucrado en un escándalo de sobornos en los cuales el señor Alejandro le dio una suma de alrededor de 10000 dólares, cuyo propósito que tenían, se aclaró en una publicación realizada por el Tiempo (EL TIEMPO, 2017) "para obtener gruesas sumas de dinero del exgobernador de Córdoba, a cambio de actuaciones de Moreno para incidir en los casos que actualmente enfrenta Lyons en Colombia”.

Pasando al plano local, en el municipio de Jamundí, para el año 2016 se presentó un supuesto caso de corrupción en el cual se vio involucrado el ministro de infraestructura Diego Alberto Galarza Cerón y el hasta entonces

alcalde elegido por voto popular, Juan Manuel Carrillo, como lo explico el Fiscal General de la Nación, Néstor Humberto Martínez, “se decretaron unas urgencias manifiestas para permitir unas contrataciones, y de acuerdo con los fiscales de conocimiento, estas contrataciones, en algunos casos, no tenían nada que ver con la ola invernal, que permitieron hacer las contrataciones directas, y se trata de unas imputaciones relacionadas con contratos por \$800 millones de pesos” (Noticieron 90 minutos, 2017).

Por esta razón fueron emitidas unas órdenes de captura en contra de estas dos personas, y fueron dejados en manos de las entidades competentes para la imputación de los cargos, estos fueron los contratos que realizo el exalcalde:

3 Visita fiscal al municipio de Jamundí

No. CONTRATO	FECHA	TIPO	OBJETO	VALOR
34-14-03-261	31/03/16	Obra	"Ampliación de redes del acueducto del sector de Cañaveral del corregimiento de Villa Paz- Guachinte, para abastecer a la comunidad de menores ingresos en condición de vulnerabilidad"	\$250.000.000
34-14-03-359	19/05/2016	Obra	"Adecuación planta de tratamiento aguas residuales PTAR DEL CORREGIMIENTO DE Robles, dentro del proyecto de ampliación redes servicios públicos, para mayor cobertura y la calidad en el municipio de Jamundí"	\$357.415.182
34-14-03-364	19/05/2016	Consultoría	"Interventoría técnica administrativa y financiera para la adecuación planta de tratamiento aguas residuales PTAR del corregimiento de Robles del municipio de Jamundí"	\$25.019.063
34-14-23-360	19/05/2016	Suministro	"Suministro de combustible (gasolina-diesel) con destino a los vehículos y maquinaria pesada que serán utilizados para la reparación de la infraestructura vial afectada por los fenómenos climáticos en el municipio de Jamundí".	\$182.553.584

Fuente: (contraloria valle del cauca)

La tabla anterior muestra los hechos que generaron el detrimento patrimonial en los meses de febrero-marzo 2016 en el municipio de Jamundí, Valle del Cauca.

Otro caso de corrupción vivido en el municipio de Jamundí, se presentó por el ex director del hospital piloto del municipio el señor Rodolfo Argüelles Alarcón, quien era investigado por supuestas irregularidades en un contrato de compra de equipos, como lo mencionan en una publicación del País donde dicen

(Colprensa, 2017) “Según la investigación de la Fiscalía, el exfuncionario tenía en su contra una orden de captura vigente, expedida por el Juzgado 17 Penal Municipal con funciones de control de garantías de Cali, por los delitos de contrato sin cumplimiento de requisitos legales, peculado por apropiación y falsedad material en documento público”. Se le atribuyo este delito al señor Rodolfo, debido a que se confirmó un detrimento patrimonial por 310 millones de pesos por tres contratos suscritos en el año 2014, por una adquisición irregular de unos equipos para el área de salud, los cuales fueron enviados a una supuesta entidad llamada Biocyte Scince, la cual no existe, por estos delitos la fiscalía pidió su detención en el exterior, con el fin de que este caso no quedara en la impunidad.

El exdirector fue capturado en España, luego de que la oficina de interpol de Madrid comunicara sobre su detención, y a los pocos días, fue extraditado al País, para cumplir una condena carcelaria.

4 Matriz del entorno Jurídico

Variable	A/O	AM	Am	om	OM
Ley de financiamiento	A	X			
Impuesto al Consumo	A	X			
Financiación Fondo Emprender	O				X
Detrimento patrimonial en el municipio por hechos de corrupción.	A		X		

Fuente: Trabajo de grado empresa dedicada a la promoción de eventos corporativos en la ciudad de Tuluá.

A: Amenaza; **O:** Oportunidad; **AM:** Amenaza mayor; **am:** Amenaza menor; **om:** Oportunidad menor; **OM:** Oportunidad mayor.

ENTORNO TECNOLÓGICO

El sector de tecnologías de la información y comunicación en el país en términos generales ha presentado rendimientos estables en los últimos años, a pesar de que en el año 2017 tuvo uno de sus puntos más críticos en los que su participación en el PIB fue inferior a lo que habitualmente aportaba a la economía nacional, según él (Dane, 2018) “Las TIC en Colombia mueven el 3,5% del Producto Interno Bruto (PIB)”

5 Participación en la actividad de servicios 2018

CIIU Revisión 4 A.C.	Actividad de Servicios	Total empresas	Participación (%)
Divisiones 52 y 53	Correo y almacenamiento	498	8,6
División 55	Alojamiento	553	9,6
División 56	Servicios de comidas y bebidas	469	8,1
División 58	Actividades de edición	112	1,9
División 59	Cinematografía, grabación de sonido y edición de música	38	0,7
División 60, clase 6391	Programación y transmisión de TV	42	0,7
División 61	Telecomunicaciones	196	3,4
Divisiones 62 y 63 (excepto clase 6391)	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	339	5,9
Divisiones 68 y 77	Actividades inmobiliarias y de alquiler	240	4,2
Divisiones 69 - 74	Profesionales, científicas y técnicas	742	12,9
División 79	Agencias de viaje	84	1,5
Divisiones 78, 80, 81 (excepto grupo 813)	Empleo, seguridad privada y servicios a edificios	1.058	18,4
División 82	Administrativas y de apoyo de oficina	172	3,0
Grupo 854	Educación superior privada	164	2,8
Divisiones 86 y 87 (excepto clase 8790)	Salud humana privada	753	13,1
Divisiones 92 y 93	Juegos de azar, actividades deportivas, recreativas y de esparcimiento	161	2,8
Divisiones 90 y 96, clase 9511	Otras actividades de servicios	139	2,4
Total general		5.760	100

Fuente: DANE, EAS.

Nota: La suma de las participaciones puede no sumar 100 debido a la aproximación en el nivel de dígitos utilizados.

De acuerdo al informe anual que realiza el DANE con respecto a las TIC, se puede observar que el sector de comidas y bebidas en el año 2018 presentó una participación del 8,1% de las tecnologías de información y comunicación en el país, es decir tuvo una disminución de 0,1% frente al año anterior (2017) (DANE, 2018).

Ahora bien, es importante decir que el uso de las nuevas tecnologías para prestar un servicio ha sido en los últimos años, una de las herramientas más importantes para el posicionamiento de restaurantes. La innovación a través de

aplicaciones y la implementación de dispositivos digitales han permitido la optimización en la atención al cliente y en la entrega de productos. Además, han impulsado una forma en la que se pretende ofrecer la mejor comodidad para el cliente.

La tecnología orientada al cliente en los restaurantes se transforma en un futuro en una de las herramientas más importantes, puesto que se pretende reducir los costos laborales y aumentar la eficiencia en el servicio. En la escuela de Marketing Gastronómico Online afirman que (Escuela online de marketin gastronomico, 2014), “las nuevas tecnologías para restaurantes ayudan a; Mejorar la experiencia del usuario, mejorar los tiempos de compra, servicio y espera, mejorar en el trabajo del equipo de personas”.

En el sector restaurantero es muy importante la necesidad de diferenciarse del resto de la competencia, puesto que las exigencias del mercado obligan a este tipo de establecimientos a innovar constantemente con el objetivo de sostenerse dentro del mercado y de igual manera en la necesidad de generar fidelidad por parte de los clientes.

Según la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica Acodres, afirma que (Camara de Comercio de Bogota, 2017) “En este momento existen más de 120.000 restaurantes en Colombia, y mensualmente se abren aproximadamente de 15 a 20 nuevos establecimientos en el país”. Es importante observar cómo las innovaciones tecnológicas han permitido mejorar algunos aspectos de los restaurantes, tales como: Servicio al cliente, aumento de los ingresos, la gestión de pedidos y mejor presentación de los productos.

Existen unas herramientas que permiten que el establecimiento funcione de manera eficiente a partir del uso de las tecnologías:

- Uso del Internet que es la herramienta que permite estar conectado en las redes y de igual manera hacer el marketing digital para el establecimiento.

- Monitoreo de tiempos a partir de aplicaciones que permitan mejorar los procesos y crear estrategias más eficientes.
- Sistema de vigilancia que ofrezca seguridad y tranquilidad dentro del establecimiento.

5 Matriz del entorno Tecnológico

Variable	A/O	AM	am	om	OM
Índice de desarrollo tecnológico en Colombia	O			X	
Participación de los restaurantes en la actividad de servicios	O			X	
Las TIC en el sector gastronómico	O				X
Creación de Aplicaciones en restaurantes	O				X

Fuente: Trabajo de grado empresa dedicada a la promoción de eventos corporativos en la ciudad de Tuluá.

A: Amenaza; **O:** Oportunidad; **AM:** Amenaza mayor; **am:** Amenaza menor; **om:** Oportunidad menor; **OM:** Oportunidad mayor.

ENTORNO SOCIOCULTURAL

El autor Fernando Cruz Kronfly afirma que el entorno está constituido por procesos y por centros de poder y/o decisión, donde la organización es el adentro y el entorno es el afuera. En los procesos se maneja una dinámica en la cual los actores pueden ser sujetos humanos, pero esta se origina, a partir de la falta de voluntad que se requiere para obtener un fin, es decir que a través de los centros de poder se puede intervenir en los procesos para mejorarlos y moldearlos ante las dificultades que lo derivan en el entorno. Estos centros de poder están constituidos por personas que tienen un interés y se organizan para tomar decisiones dirigidas hacia el logro de sus finalidades (Cruz Kronfly).

Ahora bien, para Fernando Cruz Kronfly el entorno cultural, como los demás, tiene mucho de proceso, pero de igual manera mucho de centro de poder y/o decisión. Esto se debe a que el proceso de la cultura debe ser desarrollado libre y espontáneamente en la sociedad, de acuerdo con su propia lógica y racionalidad, puesto que la cultura cada vez más está orientada a producir determinados efectos y resultados.

Para las organizaciones empresariales resulta de suma importancia conocer e identificar las tendencias culturales ya existentes en la población, puesto que, a partir de ellas, se debe observar las posibilidades y amenazas que representan para el desarrollo de las actividades organizacionales. Todo esto se debe a que no resulta útil para las organizaciones identificar la cultura a futuro, sino desde el momento que se trabaja para poder establecer objetivos y poner en acción en cada una de las que se logre identificar.

A las organizaciones les interesa el entorno cultural desde dos puntos de vista:

- El primero es que la cultura es un factor clave que interviene junto con otros en la estructura de consumo.
- En segundo lugar, la cultura es un factor también clave, que interviene en el comportamiento de la fuerza de trabajo subordinada pero también subordinante.

Ambos aspectos son importantes en la disciplina administrativa, puesto que el consumo es la forma en que las personas adquiere los bienes y servicios en la sociedad actual, debido a que es algo innato en los patrones culturales, aunque también pueden incidir otros aspectos como los precios y el ingreso de las personas.

En el marco de la convención del año 2005 Colombia expuso ante la UNESCO una serie de políticas que permiten las expresiones culturales nacionales. Este acuerdo tiene como propósito la protección de la diversidad de las expresiones culturales dentro de cada una de las regiones del país. (Fernando cruz kronfly).

Según (Arcila), a partir del año 2013 Colombia ha ganado con este acuerdo una serie de beneficios, en los que colectivos y entidades del país han recibido una serie de recursos por parte del Fondo Internacional para la Diversidad Cultural, Unesco, para el financiamiento de proyectos de emprendimiento y el fortalecimiento de las industrias creativas e innovadoras.

Ahora bien, (Dupin, EL ESPECTADOR) afirma que “Los beneficios son, sobre todo, a futuro: cuando Colombia acumule más informes de sus políticas y medidas exitosas, los investigadores podrán comprender los cambios de la cultura en el país.” Es importante decir que a futuro se tendrán unas cifras que permitirán demostrar la evolución o el retroceso en dicho acuerdo con la Unesco.

Ahora bien, según (Dupin) algunas experiencias destacadas dentro de Sudamérica, ha sido la de Argentina que a partir de esta convención, recibió varios estímulos por parte del Fondo del Desarrollo del Milenio para las realizaciones de proyectos de industrias culturales, en las que se destaca proyectos como Distrito de Diseño en el barrio Barracas, un proyecto que es respaldado por la política pública a largo plazo y que pretende mejorar la oferta de servicios para exportar el trabajo local.

Se debe agregar que en Colombia el emprendimiento cultural cada vez es más favorable, puesto que con el paso de los años se ha ido ganando espacio a nivel internacional, debido a que en el contexto interno han aumentado las fuentes de financiación. Este emprendimiento se basa en los procesos productivos basados en el riesgo, innovación y creatividad, que deben dar paso a una empresa u organización sostenible.

Según (Moreno) Coordinador del grupo de Emprendimiento Cultural de MinCultura afirma que “La invitación a emprendedores culturales, es que participen de todas estas nuevas posibilidades que existen hoy en día y aprovechar las posibilidades que el Estado ofrece a través de programas institucionales, como el Programa Nacional de Estímulos, que otorga becas

para la comercialización de bienes y servicios culturales”. Todo esto se basa en el apoyo por parte del Estado a los emprendedores que tengan iniciativas de organizaciones sostenibles y creativas para su financiación.

Según la Unesco, (UNESCO, 2014) “La cultura ya es un importante contribuyente a la economía de Colombia y que existe un alto nivel de producción cultural nacional”.

A continuación, se presenta la contribución que hace la cultura en el país:

- Del sector cultural al PIB 3,41%.
- Personas con ocupaciones culturales 2,1% (población ocupada total).
- Demanda para el consumo de bienes servicios y actividades culturales 2,75% (del total de los gastos de consumo de los hogares).
- Participación en actividades culturales 65,9% y 44,1%.

Ahora bien, el Ministerio de Cultura en el año 2019 a través de la ley de financiamiento y PND dispuso de más de \$600 mil millones para los emprendedores en el país, lo que permitió la creación de más de 96.914 empresas, las cuales fueron también de la mano con la economía naranja enfocada para este tipo de proyectos. (MINCULTURA, 2019).

Según la Gobernación del Valle, se está preparando una propuesta de cooperación entre los departamentos de Cundinamarca y el Valle del Cauca, para implementar un nuevo modelo de gestión cultural que garantice el libre derecho de los ejercicios culturales, a partir de la recolección de información técnica que ayude a la toma de decisiones, todo esto de la mano con una metodología que permita lograr lo planteado (Gobernacion del Valle).

Direccionando la investigación sobre el entorno sociocultural al municipio de Jamundí, en este, en los últimos 9 años su población se ha duplicado por la cantidad de proyectos habitacionales que se han desarrollado y los que aún continúan en proceso (Alcaldia de Jamundi).

Estos proyectos fueron desarrollados sin ningún tipo de planeación por lo cual no se logró poder satisfacer las necesidades de salud, educación, recreación al alto aumento de habitantes del municipio, por lo cual desde el año 2016, se dio fin a este aumento sin control de habitantes y se empezó a invertir en áreas comunes, infraestructura, adecuación de las vías, remodelación del único centro hospitalario con el que cuenta el municipio, generando una mejor calidad de vida a los habitantes, aunque aún muchos prefieren la inversión en la salud privada, en consultas particulares, acudir a las IPS.

Describiendo un poco algunas características de Jamundí; cuenta con diversidad de etnias, su población según las proyecciones del DANE, para el año 2017 fue de 124623 habitantes. La diversidad de cultura se ve arraigada en las distintas etnias en el municipio, mestizos, mulatos, afrodescendientes e indígenas. Uno de los principales atractivos gastronómicos por el cual recibió el nombre de la tierra del cholado, es la combinación de distintas frutas, con hielo, servir en recipientes y con el toque jamundino, conocido como Cholado, lo que ha sido una carta de invitación para propios y turistas para visitar el municipio, además de sus múltiples afluentes hídricos.

A continuación, se presentará una tabla sobre el porcentaje de ejecución presupuestal por sector a partir de la información del Formulario Único Territorial (FUT) y Sistema General de Participación (SGP) entre Jamundí y el resto del Departamento Valle del Cauca:

6Tabla porcentaje de ejecución presupuestal

	Valle del Cauca	Jamundí
Educación	89,29%	101,45%
Salud	99,03%	98,25%
Agua	62,39%	0,00%
Libre destinación	26,05%	0,00%
Deporte	89,59%	100,00%
Cultura	97,27%	71,92%
Libre inversión	73,96%	101,76%
Alimentación escolar	71,87%	249,44%

Fuente: DNP a partir de información del FUT y SICODIS SGP

La cultura en el Valle del Cauca tuvo un porcentaje de 97,27% con respecto a la del Municipio de Jamundí que fue de 71,92%. Ahora bien, se puede observar que luego de la salud con un 99,03%, la cultura es el segundo sector en el que más se invierte en el Valle del Cauca (DNP Terridata).

Nota

Los datos que se reflejan en cada una de las gráficas del análisis de entorno son correspondientes a los últimos registros del DANE.

6 Matriz del entorno Sociocultural

Variable	A/O	AM	am	om	OM
Existencia de procesos y centros de poder de la población.	A		X		
El emprendimiento cultural como factor estimulante de inversión en este entorno y contribución en la economía.	O			X	
Aumento considerable de población en Jamundí, en los estratos sociales superiores a dos.	O				X
Elevado turismo por el calendario cultural del municipio.	O				X

Fuente: Trabajo de grado empresa dedicada a la promoción de eventos corporativos en la ciudad de Tuluá.

A: Amenaza; **O:** Oportunidad; **AM:** Amenaza mayor; **am:** Amenaza menor; **om:** Oportunidad menor; **OM:** Oportunidad mayor.

ENTORNO AMBIENTAL

El tema ambiental siempre ha sido muy importante y está dentro de la agenda de todos los países, ante la preocupación de realizar una disminución del impacto negativo al medio ambiente.

En el año 2016 se firmó el acuerdo de París, el cual se encuentra dentro de la convención del marco de las Naciones Unidas sobre el cambio climático, este tiene como fin la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero en un nivel global (Comision Europea).

Respecto a este acuerdo se pronunció el señor Rodrigo Suárez Castaño, consultor Internacional y ex director de cambio climático del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, en donde dijo, (Semana Sostenible) “La firma del Acuerdo de París y el rol de Colombia en las reuniones generaron compromisos como la reducción del 20% de las emisiones de gases de efecto invernadero y resultados importantes como la firma de un acuerdo de cooperación internacional con Noruega, Alemania y el Reino Unido para reducir la deforestación en el Amazonas en 2020 y detener la pérdida de todos los bosques naturales para el año 2030”.

En la estructura del acuerdo se encuentra consolidado los planes a seguir con el fin de lograr su propósito en el cual, se aclara la importancia de trabajar en conjunto bajo criterios y análisis científicos que corroboren con los resultados que se buscan y se obtienen al implementar los cambios. Dado que Colombia cumpla con las metas propuestas, en especial lograr a que en cinco años la tasa de deforestación en el Amazonas llegue a cero por ciento, al cumplir esta meta recibiría un incentivo de US\$100 millones, a cambio del aporte del país a la conservación, los cuales serán aportados por Alemania, Reino Unido y Noruega (AFP).

Ante los retos y su intención por mejorar el medio ambiente en el País, Colombia cuenta con una variedad de proyectos con este fin los cuales son

dirigidos y supervisados por ministerio de ambiente el cual dentro de sus funciones debe:

- Coordinar la elaboración, presentación y negociación del Marco de Gasto de Mediano Plazo y el anteproyecto de presupuesto de funcionamiento e inversión del Ministerio y las demás entidades del Sector de Ambiente y Desarrollo Sostenible.
- Coordinar con las entidades adscritas y vinculadas en la definición y consolidación de programas y proyectos de las entidades del sector, conceptuando sobre su inclusión en el Plan Operativo Anual de Inversiones.
- Diseñar e implementar los mecanismos y criterios para la presentación de proyectos, y apoyar a las dependencias del Ministerio y del Sector de Ambiente y Desarrollo Sostenible en la formulación, ejecución y evaluación de los proyectos de inversión, independientemente de la fuente de financiación.
- Realizar el seguimiento periódico a la ejecución presupuestal.
- Definir e implementar criterios para la administración y operación de los fondos del Sector de Ambiente y Desarrollo Sostenible.
- Preparar los documentos e informes sobre el desempeño en la ejecución de los proyectos de inversión del sector de Ambiente y Desarrollo Sostenible) (MINAMBIENTE).

Dentro de los proyectos del país para hacer frente a los impactos negativos al medio ambiente y frente a estos desafíos internacionales, el país apuesta a la reducción de las emisiones de carbono, disminuir la deforestación, eliminar la minería ilegal, controlar la contaminación de las industrias, preservar yacimientos de agua, preservar los humedales, entre otros proyectos.

Ante estos objetivos, en la página web EL TIEMPO, se desarrolló la publicación donde mencionan, (Redaccion medioambiente) “Este 2016 será un año clave en materia ambiental porque muchos de los anuncios y proyectos que se dieron a conocer en el 2015 y el 2014 empezarán a verse materializados en el transcurso de estos meses, tanto en el ámbito colombiano como en la esfera internacional”.

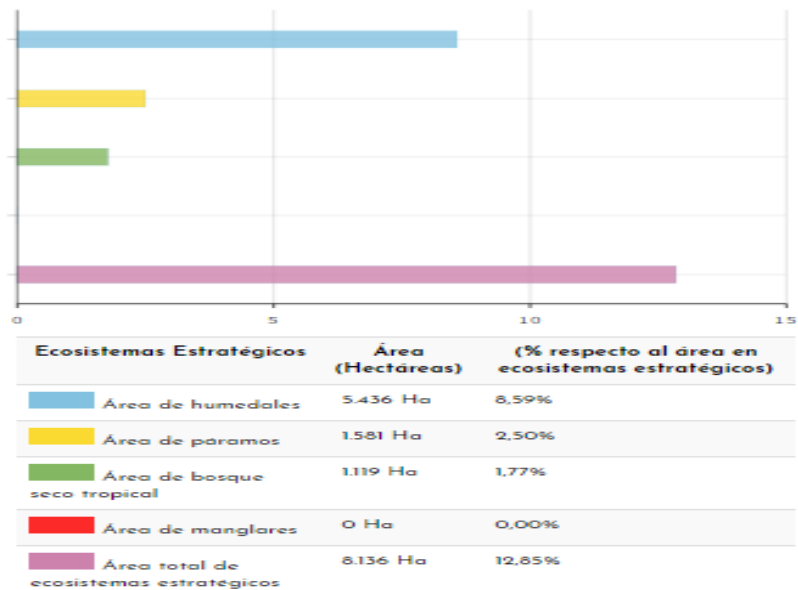
En el año 2017, se empezó a ver los resultados positivos que trajo la firma del acuerdo de paz entre el gobierno de Santos y la guerrilla de las FARC, dado que ahora se podía tener acceso a lugares en los cuales tenía un control total los milisiantes y que servían como zona de cultivo ilícito, existencia de minería ilegal y funcionaba como canales de distribución ilegales, por lo cual al concluir las negociaciones de paz, ya podrían hacer frente a esta problemática y disminuirla, tal como lo dijo Brigitte Baptiste, directora del Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander Von Humboldt, (Semana Sostenible) “La mejor noticia para Colombia fue la firma de los acuerdos de paz con las FARC, lo que nos permite recuperar gobernabilidad, desarrollar nuevas estrategias de trabajo en el territorio y volver a acceder a muchas regiones donde no podíamos actuar directamente”.

Pasando a un análisis del entorno ambiental, en la localidad, el municipio de Jamundí dentro de su área geográfica cuenta con 5,436 hectáreas de humedales, 1,581 hectáreas de páramos y 1,119 de hectáreas de bosque seco tropical, por esta razón y en virtud de la protección de estas áreas, en el municipio se han creado muchos proyectos enfocados en la preservación y la disminución del impacto negativo al ambiente.

A continuación, se presentan los porcentajes y número de hectáreas de los ecosistemas estratégicos del Municipio de Jamundí, Valle del Cauca:

7 Área de ecosistemas estratégicos

Fuente: Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt - 2016

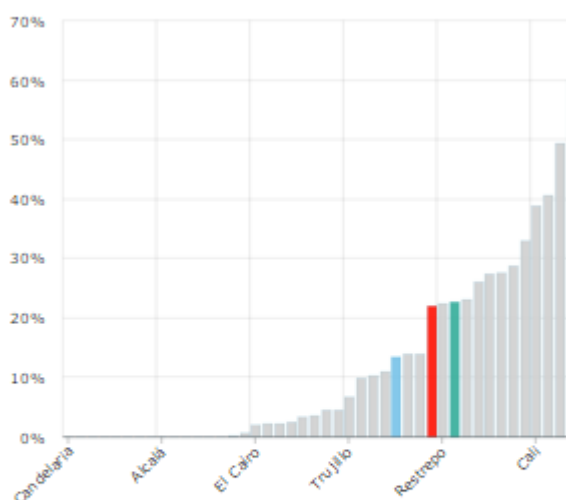


(territoria)

Con respecto a los ecosistemas estratégicos de la Nación, Valle del Cauca y Jamundí se puede presentar la siguiente tabla, que muestra el número de Áreas (hectáreas) y porcentajes para cada, de acuerdo con el Departamento Nacional de Planeación:

8 Parques Nacional

Fuente: DNP a partir de información en Parques Nacionales Naturales - 2017



Entidad Territorial	Área (Hectáreas)	(%)
Jamundí	13.881,2 Ha	21,92%
Valle del Cauca	468.303,7 Ha	22,69%
Colombia	16.230.355,7 Ha	13,51%

(terradata)

De acuerdo con esta información se logra observar que Jamundí cuenta con número de 13,881,2 hectáreas, aportándole un 21,92%, el Valle del Cauca con 468,303,7 hectáreas y un porcentaje de 22,69%, la Nación con un 16,230,355,7 hectáreas y participación de 13,51%.

Actualmente en el municipio se le apuesta al plan de desarrollo en el periodo de 2016-2019 denominado Jamundí una ciudad para vivirla. Conocido como el acuerdo 006. de mayo 31 del 2016, fue una iniciativa del alcalde hasta el momento Manuel Carrillo y recibió la aprobación del concejo municipal. Dentro del objetivo general del plan, se determinó (Jamundí) “convertir a Jamundí en una ciudad para vivirla con espacios amigables y respetuosos del ambiente”.

Este plan posee varios enfoques, pero en los factores ambientales, busca que el municipio sea más amigable con el medio ambiente por el cual toma puntos como lo es (Jamundi):

- Integrar planes sobre educación ambiental a personas reforzando una cultura ciudadana.
- Protección animal.
- Fortalecimiento de la autoridad sanitaria para la gestión en la salud.
- Proyecto para el manejo de residuos sólidos.
- Proyecto para la transformación de escombros.
- Sector agua potable y saneamiento básico.
- Asegurar el acceso a alcantarillado sanitario.
- Seguimiento, control y vigilancia de impactos ambientales.
- Implementación de un sistema de áreas protegidas.
- Plan de ordenamiento y manejo ambiental de río Jamundí.
- Producción minera segura y responsable.
- Desarrollo de acciones de recuperación y conservación en los territorios que se realiza la explotación de recursos naturales no renovables.

Estos son los puntos más relevantes en los cuales está enfocada la administración actual del municipio y que de forma secuencial, la nueva administración deberá seguir velando por su cumplimiento. A partir de la creación de este plan de desarrollo, se ve reflejada la insistente preocupación por el medio ambiente por parte del municipio y los buenos proyectos y programas que ha desarrollado en los últimos 3 años.

7 Matriz del entorno Ambiental

Variable	A/O	AM	am	om	OM
Regulaciones de la ley sobre la actividad contribuyendo a la disminución del impacto negativo al medio ambiente.	O			X	
Proyectos para la preservación y mejora del medio ambiente.	O			X	
Acceso a zonas a las cuales no se podía ingresar por temas de inseguridad.	O			X	
Existencia de áreas de ecosistemas estratégicos en el municipio.	O				X
Plan de desarrollo municipal para el 2016-2019.	O				X

Fuente: Trabajo de grado empresa dedicada a la promoción de eventos corporativos en la ciudad de Tuluá.

A: Amenaza; **O:** Oportunidad; **AM:** Amenaza mayor; **am:** Amenaza menor; **om:** Oportunidad menor; **OM:** Oportunidad mayor.

8 MATRIZ INTEGRADA DEL ENTORNO

Variable clave	Relación con el sector	Justificación y tendencia	Impacto sobre la organización
Entorno Político La firma del acuerdo de paz permite dar un paso a una nueva era de prosperidad en el país, a partir de la terminación del conflicto armado.	Este acuerdo de paz impacta positivamente en cada uno de los sectores del país, puesto que, a partir de él, se da paso a la creación de nuevas ideas de negocios, en especial en el sector gastronómico, que es uno de los que aporta más empleo en el país.	Según la (Revista Diners) El Gobierno Nacional busca que 400 pymes puedan aumentar su productividad, trabajando en la reducción de los costos, a partir de un programa que lanzo el ministerio de comercio en conjunto con el programa de transformación.	A partir del acuerdo de paz y este programa, se pretende que el restaurante temático de futbol “C&E” sea uno de los principales generadores en la economía de la región, aportando nuevos empleos en el sector de influencia.
Entorno Económico La dinámica comercial en el valle del cauca presentó un crecimiento de 1,9 en 2018 frente a 1,6 del año 2017	Para el sector de la gastronomía en el municipio de Jamundí, puede generar una oportunidad de negocio puesto que en la actualidad no hay restaurantes temáticos alusivos al fútbol. Por tal motivo esto permitirá un impacto positivo en el mercado.	En la dinámica empresarial del municipio de Jamundí, el sector de la restauración está teniendo un gran impacto dentro de la economía, puesto que cada año estos aportan un gran porcentaje en el mercado para toda la región, lo que resulta favorecedor para la idea del negocio del restaurante	El crecimiento en el sector de la gastronomía permite crear estrategias para el restaurante temático de fútbol “C&E”, que permitan lograr un dinamismo y una alta competitividad en el mercado del municipio de Jamundí, Valle del Cauca.

		temático de futbol “C&E”.	
Entorno Jurídico Tras la Reforma Tributaria, el sector de los restaurantes tuvo un aumento del 8% en el impuesto al consumo.	A Pesar de la Reforma Tributaria que dio paso al impuesto de consumo en los restaurantes, este sector se viene recuperando de los déficits que dejó dicha reforma, dando paso a la creación unos 50,643 nuevos establecimientos de alojamiento y servicio de comidas.	A partir de la situación presentada en el año 2017, los establecimientos de alojamiento y servicios de comidas se vieron obligados hacer ajustes en su lista de precios y cartas, puesto que debían entregar facturas los consumidores.	En el sector de los restaurantes, fue drástico este impuesto de consumo, puesto que la mayor parte de los restaurantes a nivel nacional se vieron obligados a cerrar sus establecimientos por falta de capital, aunque algunos sí crearon estrategias, como ajustes en su menú, para mantenerse en el mercado.
Entorno Tecnológico Las TIC en Colombia mueven más del 7% del producto interno bruto.	El desarrollo tecnológico en los restaurantes juega un papel muy importante, puesto que las TIC son las que realmente permiten innovar en cada una de las áreas y procesos correspondientes de un restaurante.	La aplicación de las nuevas tendencias tecnológicas son la clave en un mercado tan competitivo como los es el de los restaurantes, puesto que la competencia lo exige de esta manera y si no se tiene esa capacidad de respuesta ante esta situación será difícil mantenerse en el	Una ventaja para el restaurante temático de fútbol “C&E”, es que gran parte de los restaurantes en el municipio de Jamundí, desconocen algunas tendencias tecnológicas, lo que permitirá tener un valor al realizar el uso apropiado de las redes

		mercado.	sociales como mecanismo publicitario.
Entorno Sociocultural Existencia de diversidad de gustos y gran número de población y turismo en el municipio.	Para el sector de restaurantes, es importante conocer la diversidad de gustos para ajustar su portafolio de productos de acuerdo con las necesidades, tendencias y los costos generados, así mismo el tamaño de la población y la visita de turistas al municipio le generarían una oportunidad de mercado más amplia.	El Municipio de Jamundí, Valle del Cauca, es uno de los corredores más importantes en la región, puesto que tiene salidas tanto para la Ciudad de Cali, como para Municipios del Norte del Cauca. Esto permite que las personas de esos sectores visiten los establecimientos gastronómicos del municipio.	El mercado objetivo del restaurante temático de fútbol “C&E” son todas aquellas personas que sientan pasión por el fútbol y que deseen experimentar otra forma de ver el deporte junto con la alimentación, compartiendo con sus amigos, familiares o pareja.
Entorno Ambiental Variedad de proyectos enfocados a la conservación del medio ambiente.	El medio ambiente es un factor que compete al restaurante dado que existen unos requisitos legales sobre el tema de la preservación del medio ambiente, además la moral de los emprendedores se relaciona con el deseo de no influenciar de forma	El cuidado del medio ambiente ha tomado importancia en las empresas por varios motivos entre los cuales están la concientización de las empresas por preservar el medio ambiente, expansión del mercado y preferencia por parte de los consumidores	El restaurante temático “C&E”, bajo un juicio ético se enfocará en buscar los métodos para realizar el menor impacto negativo al ambiente por sus actividades, aunque el tema de la actualidad sobre el estado del medio ambiente del

	negativa con el medio ambiente.	al integrar un sistema de gestión ambiental ISO 14001 a la empresa, proceso o producto final y por adoptar programas del estado que influyen la preservación del medio ambiente recibiendo ayudas del estado, en temas de impuestos principalmente.	municipio no lo afectaría directamente, se trabajara para inculcar una concientización por el manejo de desechos y cuidado del medio ambiente.
--	---------------------------------	---	--

Fuente: (Rodriguez, 2014, págs. 52-62)

Análisis del sector y subsector

Descripción de la cadena productiva en la región e inserción de la empresa.

La cadena productiva de los restaurantes es definida como la forma o el método por el cual se desarrollan todas las actividades de producción desde las entradas de los insumos, pasando a la transformación donde intervienen los actores y trabajos, hasta las salidas de los productos y/o servicios. El autor Geovanny Espinoza la define como, (Espinoza Galvez, 2006) “Una cadena productiva es un sistema constituido por actores y actoras interrelacionados y por una sucesión de operaciones de producción, transformación y comercialización de un producto o grupo de productos en un entorno determinado”.

El municipio de Jamundí cuenta con una variedad de restaurantes que se diferencian por su esencia propia, se logra encontrar desde el restaurante típico en el cual su menú no varía demasiado, y se enfocan en la satisfacción de la necesidad de alimentarse en el horario habitual de desayuno y almuerzo, denominado con una palabra propiamente de Colombia, llamado Corrientazo.

En esta clase de restaurantes, los espacios son poco adaptados para dar una buena impresión a los comensales al visitarlo, puesto que solo son recurridos con el propósito de alimentarse de forma rápida e irse luego de cancelar la comida, por motivos de precio, afán para realizar sus actividades diarias, pocas opciones, falta de tiempo para preparar los alimentos entre otras.

Gran parte de este tipo de restaurantes se encuentra ubicado cerca al espacio destinado a la galería del municipio, sobre la calle 12 con 7, cerca al supermercado caribe principal. El motivo por el cual se ubican en este espacio es debido a que el acceso al inicio de su cadena productiva, se le facilita dado que están ubicados sobre la galería donde se venden los productos del agro traídos por los campesinos de varias zonas rurales.

La transformación de los insumos se realiza en cocinas poco sofisticadas y las cuales poseen los requisitos mínimos de sanidad con el fin de asegurar una inocuidad a los alimentos; los productos finales son ofrecidos bajo un servicio aceptable, debido al poco espacio disponible que poseen y el personal con el que cuentan.

De este tipo de servicio de restaurante, también existen otras opciones que cuentan con una mejor infraestructura y un servicio más acorde, algunas de estas opciones son, La Ramada de Mario ubicado en la calle 7 con 12 esquina, los hijos de Shirley en la Cra. 10 #25-31, estos son dos de los más relevantes en el municipio en lo que compete a restaurantes que funcionan con un servicio y horario similar a los que se ubican hacia la galería del municipio.

Otra variedad de restaurante que existe en el municipio, son espacios en los cuales brindan a la comunidad un servicio distinto de alimentación, que no es propiamente la de los Corrientazos desayuno y almuerzo con pocas alternativas de alimentos, estos restaurantes son de más prestigio, su naturaleza es la misma de ser un servicio de alimentación, pero su diferenciación es el portafolio más amplio y distinto de alimentos sumado a su buena infraestructura.

Estos restaurantes muchas veces se enfocan a un tipo de comida, como ejemplo uno de los más representativo por su excelente atención y adecuada infraestructura se encuentra el restaurante El Solar Italiano ubicado en la Carrera 7 #20-70 y por otro lado se encuentra el restaurante El Parrillon Valluno, el cual está ubicado en la Cra. 10 #17-96, muchos de estos restaurantes poseen convenios con pocos proveedores dado que le aseguran la calidad en los insumos, con el fin de asegurarle a los comensales, unos productos inocuos y de alta calidad, lo que los ha llevado a tener una buena ubicación en el mercado. Su infraestructura les permite, ser unos sitios adecuados para el desarrollo de distintos eventos como cumpleaños, reuniones empresariales, entre otros.

El principal atractivo para la inserción del restaurante temático “C&E” en el mercado del municipio, es la propuesta de diferenciación sobre la temática del deporte, especialmente el fútbol, su infraestructura será adecuada para aludir al deporte antes mencionado, como un factor determinante para resaltar ante la competencia, sumado a este factor,, a partir de los conocimientos de los emprendedores en los estudios realizados, llevaran a la práctica muchas conductas y métodos que favorecen la inserción de las empresas.

Por tema de costos, el interés principal es realizar la adquisición de los insumos directamente a los cultivadores de la región, los cuales aseguren la calidad de sus productos. Siguiendo la cadena productiva, la infraestructura será totalmente adecuada con los espacios y herramientas óptimas para la transformación de la materia prima y finalmente, la comercialización se realizará a partir de cartas de presentación del portafolio de los productos brindados en el restaurante, definidos por las tendencias que existen en este tema, mediante un servicio de alta calidad por parte de todo el personal vinculado en la empresa.

Fuerzas competitivas de Porter

9 Fuerzas de Porter



Fuente: <http://www.5fuerzasdeporter.com/>

Amenaza de entrada de nuevos competidores

En el municipio de Jamundí, Valle del Cauca en los últimos años se ha experimentado un crecimiento significativo en las ventas del sector gastronómico, permitiendo de esta manera el ingreso de altos porcentajes de dinero y aceptación por parte de los clientes en los restaurantes. Ahora bien, esto ha permitido el ingreso de competidores extranjeros y nacionales dentro del municipio, que están dispuestos a luchar por un porcentaje dentro del mercado gastronómico, lo que genera un atractivo muy positivo para ellos y una gran rentabilidad en sus inversiones.

Algunas empresas que han ingresado en el sector gastronómico del municipio de Jamundí son las siguientes:

- **Subway:** Es una cadena de restaurantes de comida rápida dedicada a la preparación de sándwich submarino, bocadillos, pizzas y ensaladas. Además de tener un menú estándar, esta cadena realiza promociones

especiales durante el año. Actualmente su sede en el municipio se encuentra en el almacén de cadena La 14 de Alfaguara.

- **Frisby:** Es una de las cadenas que, con mayor cobertura nacional, cuenta con más de 200 puntos de venta en 50 cabeceras municipales. El objetivo de este restaurante es ofrecer un buen producto con un excelente servicio que permita generar un ambiente agradable para sus clientes, de igual manera se encuentra ubicado en el almacén de cadena La 14 de Alfaguara.
- **Qbano:** Es una empresa que especializa en la preparación de sándwich, bocadillos, ensaladas, etc. Que ofrece a sus clientes variedad y alternativas a precios razonables en el menú, actualmente cuenta con 210 puntos de venta en 50 ciudades del territorio colombiano, la sede en Jamundí se encuentra en La 14 de Alfaguara.
- **Cheer Pizzeria:** Es una cadena de restaurantes caleña que se dedica a la elaboración de Pizzas, tiene como objetivo ofrecer un excelente producto, a un precio justo, perfecto para compartir entre amigos y familiares. Es uno de los restaurantes más concurridos en el municipio, además cuenta con 22 sedes en todo el Valle del Cauca, la sede en Jamundí se encuentra ubicada en La 14 de Alfaguara.
- **Boquitezo:** Es una cadena de comidas rápidas, que ofrece comidas saludables y nutritiva, como sándwiches, ensaladas con carnes magras. Además, estos productos vienen acompañados de verdura de alta calidad y salsas de la casa sin ningún proceso químico. Sus productos en el municipio son consumidos habitualmente entre familias y amigos que desean para un rato agradable, su sede en Jamundí se encuentra en La 14 de Alfaguara.

Estas son las empresas que han entrado en el sector gastronómico del municipio de Jamundí, Valle del Cauca, logrando de esta manera una alta

competencia frente a los demás restaurantes, a través del impacto y aceptación que han tenido por parte de los consumidores.

Ahora bien, conociendo la amenaza que puede representar este tipo de empresas para el restaurante temático de fútbol “C&E”, esto permite estar atentos a sus ingresos y así formular estrategias que nos permitan fortalecer las barreras de entrada o hacer frente a estas cadenas de restaurantes.

Algunas estrategias para el restaurante temático de fútbol “C&E” pueden ser:

- Mayor calidad en los productos
- Reducción de precios
- Aumento en publicidad
- Excelente atención al cliente
- Mejores espacios con respecto a la decoración
- Ambiente agradable

Competidores actuales

En municipio cuenta con varias alternativas de restaurantes a los cuales pueden acudir los comensales, estos se diferencian por varios factores que son atractivos para cierto nicho de mercado, factores como, exclusividad, precios, calidad de productos, la sazón, la percepción, infraestructura entre otros. El reto y competencia que tendría el restaurante temático “C&E”, serían aquellos establecimientos que prestan un servicio similar de acuerdo con la naturaleza del servicio, la competencia actual que existe en el municipio y los establecimientos mejor ubicados en el mercado de acuerdo con la calificación de los comensales en la zona urbana, dado que el nicho de mercado se ubica en la cabecera urbana, estos establecimientos son:

Matambre, ubicado en la carrera 14a, calle 19.

Pizzería Venecia, ubicado en la carrera 9 # 15B-23.

Twins Burguers, ubicado en la carrera 15a # 17-142.

Restaurante El Solar Italiano, ubicado en la carrera 7 # 20-70.

Parrillon Valluno, ubicado en la carrera 10 # 17-96.

Las casitas, ubicado en la carrera 7 # 16c1 a.

Restaurante los hijos de Shirley, ubicado en la carrera 10 # 25-31.

Desarrollo potencial de productos sustitutos

Es definido como los productos y/o servicios vendidos por las empresas u organizaciones, que sean iguales o similares a los que se pretenden ofrecer en el restaurante temático “C&E”.

En este periodo de “crisis” los hábitos de los consumidores cambian, puesto que no solo reducen el consumo individual, sino también el tiempo que anteriormente tenían destinado a las actividades de recreación, esto se debe a que en ocasiones no cuentan con el recurso económico para ir hasta un restaurante.

Ahora bien, uno de los principales sustitutos de los restaurantes son las comidas para preparar en casa, que son ofrecidas por los supermercados. Este tipo de alimentos es una alternativa para las personas que desean consumir sus alimentos en casa, puesto que en ocasiones les resulta más económico adquirir comida precocida que dirigirse a un restaurante.

Las ventajas que resaltan las personas que prefieren comprar este tipo de alimentos para preparar en casa son:

- Reduce tiempo de espera
- Sabe lo que come
- Ahorra dinero

- Mejora la salud
- Evita tentaciones

Por otra parte, los productos Fitness han tomado gran poder como un producto sustituto, puesto que el estilo de vida de las personas ha cambiado drásticamente. Anteriormente algunas personas preferían ir hasta un restaurante y comer cualquier tipo de comida, pero ahora son más cuidadosas con lo que comen, puesto que tienen una forma de vivir completamente diferente y de igual manera una dieta que les exige cambios en su alimentación para mantener un cuerpo saludable y definido, a la hora de realizar sus ejercicios en los centros de acondicionamiento.

Productos Fitness que habitualmente consumen este tipo de personas:

- Mousse de aguacate y cacao
- Tortillas de avena
- Crackers saludables
- Pan de brócoli
- Crepe proteica
- Pancakes proteicos

Ahora bien, los productos vegetarianos se han convertido en un gran sustituto, puesto que las personas prefieren llevar una alimentación saludable que ayude a prevenir y combatir enfermedades como la obesidad, la hipertensión o diabetes. Por este motivo prefieren ir a restaurantes vegetarianos que cumplan y satisfagan sus necesidades o también comprar dichos productos en supermercados para prepararlos en casa.

Algunos beneficios que ven las personas en los alimentos vegetarianos (Sevilla, 2015):

- Mejor humor
- Lucha contra enfermedades
- Figura delgada
- Menos toxicidad
- Mejor visión
- Ayudar al planeta
- Mejor rendimiento atlético
- Longevidad
- Soporte a los derechos de los animales

Poder de negociación con los proveedores

Los proveedores ejercen un gran poder de negociación mediante la aplicación de cada una de las estrategias como, por ejemplo; variación en los precios, calidad en el bien o servicio ofrecido, amenazas en el sector y en la industria etc. Los proveedores en este sector son diversos puesto que existe gran variedad en el momento de adquirir los insumos. Para la parte de la administración del Restaurante se hace de suma importancia la adquisición de equipos tecnológicos que permitan tener un mejor control de cada uno de los procesos y de igual manera en la contabilidad del negocio. Por otra parte, se encuentran aquellos insumos como; alimentos y bebidas, que serán la base fundamental para la conformación de los diversos menús que se ofrecerán en el restaurante temático de fútbol “C&E”.

Proveedor Tecnológico

El principal proveedor tecnológico en el restaurante temático de fútbol” C&E” será el cable operador de DIRECTV, puesto que cuenta en su parrilla con los canales principales que transmiten los partidos de todas las ligas del mundo,

como; La Liga, Bundesliga, El Calcio, La Premier, Ligue 1, UEFA Champions League, UEFA Europa League, Mundial de la FIFA. Este se convierte en una parte fundamental para el restaurante temático, debido a que la mayoría de los partidos importantes en el mundo son transmitidos por este cable operador y esto a su vez es lo que mueve a las personas en el momento de asistir a este tipo de establecimientos, puesto que quieren disfrutar de una buena comida y transmisión de fútbol con amigos o familiares.

Planes de DIRECTV:

Familia HD Prepago: Acceso a 132 canales, 71 canales video SD, 40 canales de audio, 21 canales HD, acceso a DIRECTV play. (1 decodificador y 2 decodificadores, 1 HD y el otro SD).

Plata HD Postpago: Acceso 194 canales, 97 canales de video SD, 40 canales de audio, acceso a DIRECTV play. (5 decodificadores, 57 canales HD2, contenido Premium, contenido PPV)

Oro HD Postpago: Acceso a 224 canales, 119 canales de video SD, 40 canales de audio, acceso a DIRECTV Play. (5 decodificadores, 65 canales HD2, contenido Premium, DIRECTV onDEMAND HD3, DIRECTV Apps 3, control plus 4, contenido PPV.)

Platino Postpago: Acceso a 256 canales, 139 canales de video SD, 40 canales de audio, 18 canales HBO y Fox + Premium, acceso a Directv play, DIRECTV onDEMAND HD, DIRECTV Apps, control plus, Revista Rolling Stone (5 decodificadores, 77 canales HD2, contenido Premium, contenido PPV.) (DirecTV, 2018)

Proveedores de Alimentos

Para la adquisición de los insumos existe una amplia variedad de proveedores, sin embargo, gran parte de los locales gastronómicos en la búsqueda de precio/calidad hacen negociaciones con los proveedores de la región, puesto que esto les permitirá tener un menor tiempo de espera y de igual forma disminución en los costos de transporte.

- Los proveedores para las verduras serán los productores que se encuentran en la plaza de mercado del municipio de Jamundí, Valle del

Cauca, puesto que ofrecen buenos precios y esto para el restaurante temático de fútbol “C&E” es elemental.

- Ahora bien, para afrontar las contingencias por falta de materia prima, el municipio cuenta con varias plataformas donde se puede adquirir estos insumos, tales plataformas Fruver para los vegetales y frutas, Lo que compete a cárnicos y grano para la preparación de los alimentos, está la opción de almacenes como Caribe S. A, Súper Inter y La 14 de Alfaguara puesto que ofrecen calidad en cada uno de sus artículos correspondientes.

Proveedores de bebidas

Para las bebidas existe una alta variedad de productos, los cuales poseen un fácil acceso a ellos; para el restaurante temático de fútbol “C&E” se contarán con proveedores mayoristas reconocidos, puesto que ofrecen calidad en sus productos y son los más aceptados por parte de los consumidores, productos de las siguientes marcas:

- Postobón
- Coca-Cola
- Pepsi
- Póker
- Águila
- Corona
- Jugos Hit
- Pony Malta
- Sprite
- Agua Cristal

Poder de negociación de los clientes

El poder de negociación de los clientes es definido como la alta o baja influencia que puede tener los consumidores sobre una organización, direccionando a realizar cambios en infraestructura, precios, personal, los cuales generarían costos, estos cambios se realizaron con el fin de volverla más atractiva para los consumidores, especialmente para los casos en los cuales los compradores son pocos y la oferta es elevada, por lo cual es de suma importancia un factor diferenciador ante la competencia. Por otro lado, en un escenario inverso, los compradores tendrían un bajo poder de negociación debido a las limitadas opciones que tienen.

Desde una perspectiva propia de las organizaciones, en la cual se le da alta prioridad a los clientes debido a que son el ente que transforma los productos y/o servicios ofrecidos por una organización, en ganancias. Se debe reconocer que las exigencias, las necesidades, la importancia que tiene el precio para ellos, el ambiente adecuado, el tema de la calidad, entre otros, son factores que influyen en la decisión de los consumidores ante las opciones que tienen para la satisfacción de una necesidad.

En el caso del restaurante temático “C&E” en el municipio de Jamundí, debido a que no existe un sitio que tengas unas descripciones similares a las propias de lo que se pretende será un negocio atractivo para los comensales. De igual forma las necesidades y sugerencias de los clientes serán un adecuado instrumento para obtener información sobre las tendencias en el tema de los alimentos, posibles inconformidades, con el fin de brindar un excelente servicio y productos de calidad a precios razonables.

Ante el objetivo de brindarles a los habitantes del municipio de Jamundí, un espacio distinto a los sitios habituales que están acostumbrados visitar con propósitos particulares, el restaurante temático “C&E” se convertirá en una opción que dispondrá de un lugar adecuado para ir a compartir un momento de entretenimiento, compartir algunos alimentos entre familiares y amigos y para

los apasionados por el deporte, este sitio sería el indicado para disfrutar de los partidos más importantes de ligas y torneos nacionales e internacionales.

Rivalidad entre las empresas

Es definida como la lucha que constantemente existe entre las empresas las cuales, a partir de estrategias, experiencia, creatividad, innovación, buscan obtener una mejor posición frente a su competencia.

Con este objetivo, el propósito del restaurante temático “C&E”, es diferenciarse de la competencia, lo cual se podría lograr a partir de la temática adoptada de fútbol que se pretende dar a la infraestructura, sumado a esto, se reconoce que el tema de la atención al cliente es un pilar para generar una fidelización de los clientes, por ende, se trabajara bajo un constante cambio buscando la forma adecuada.

Teniendo en cuenta que los estratos socioeconómicos más representativos del municipio son los 2, 3 y 4, el precio de algunos de los productos ofrecidos será con un margen de ganancia no muy alto, dado que la mayoría de los clientes se fijan aparte de temas de infraestructura, servicio, ubicación, presentación, en el precio para realizar su elección.

Reconociendo la alta presencia de sitios cuya actividad económica es similar o parecida a la del restaurante temática “C&E” en Jamundí, se pretende diferenciarse a partir de la práctica, de los conocimientos adquiridos en el transcurso de los estudios del programa de administración de empresas, sobre algunas estrategias teniendo un enfoque en la atención al cliente, infraestructura, precios y atractivos visuales.

CAPÍTULO 3

Estudio de mercado

En el sector de los restaurantes en Jamundí, Valle del Cauca, se puede percibir una buena dinámica por parte de comensales propios y visitantes del municipio, dado que actualmente Jamundí cuenta con aproximadamente 129.877 habitantes, según proyecciones del DANE (DNP, 2019), y esta viene en aumento por la cantidad de proyectos de vivienda que se vienen desarrollando y se planea desarrollar, según una publicación en la página web del periódico el país, el municipio se posiciona como el más atractivo del Valle del Cauca para realizar inversión, por su crecimiento poblacional dado la gran cantidad de proyectos de vivienda, arreglo de vías, ampliación de sus calzadas principales.

Como justificación a este aumento de la población, el gerente de la Cámara Colombiana de la construcción, Camacol, Seccional Valle, afirma (El país, 2018) “Jamundí sigue siendo el municipio del área de influencia de Cali que presenta el mayor volumen de ventas, oferta de vivienda e inicios de obras nuevas. En la actualidad concentra el 30% de la oferta disponible de Cali y su área de influencia, teniendo cerca de 75 proyectos activos y 30 constructoras”, generando así, una valorización de los terrenos.

Es fácil apreciar el aumento de la población que se da en el municipio, por los cambios en las zonas donde se desarrollan los proyectos de vivienda, mayor circulación de vehículos y personas, por otro lado por la riqueza hídrica del municipio, personas principalmente de la ciudad de Cali, se programan los fines de semana para visitar el municipio, por lo cual la circulación de turistas es alta, principalmente hacia la vía que conduce hacia Potrerito, debido a que en ese sector se encuentran los ríos más reconocidos y visitados por turistas y propios del municipio.

Lo anterior da a entender que, de cierta medida, algún porcentaje de estas personas, requieren servicios de alimentación y busquen un lugar que satisfaga su necesidad, dado que en muchas ocasiones prefieren pagar por el servicio para disfrutar de un alimento diferente al que normalmente consumen y por su interés de disfrutar su paseo.

Con el estudio de mercado que se elaboró, se pretende conocer la dinámica de los restaurantes en el municipio de Jamundí, Valle del Cauca, conocer la percepción y posible aceptación que pueda tener el restaurante temático de fútbol principalmente por parte de los habitantes, apoyando la respuesta a la incógnita de si es posible obtener éxito al formalizar la idea de negocio.

Análisis del mercado potencial

Segmentación geográfica

Hombres y mujeres que vivan en el área urbana del municipio de Jamundí, Valle del Cauca, el cual, según estudios de la ficha territorial del municipio, está constituido aproximadamente por 88.633 habitantes (DPN, 2019).

Segmentación demográfica

Hombres y mujeres mayores de edad, cuyo nivel socioeconómico este entre 2 y 4, el cual está constituido aproximadamente por el 50% del total de la población urbana del municipio (88.633), por lo cual dicha segmentación arroja un total de 44.316 habitantes.

Segmentación Psicográfica

Hombres y mujeres que les guste la idea de probar nuevas cosas y hacer de cada salida una nueva y excelente experiencia, que se sientan atraídos por el deporte, con disposición ante los ambientes modernos y diferentes y se predispone ante la idea de querer obtener una excelente atención y unos productos de alta calidad, dado que el cliente es el pilar para el funcionamiento del establecimiento.

Mercado objetivo

Al desarrollar una estimación apoyada con la tabulación cruzada de la variable edad y la variable de los ingresos mensuales, se estima que la población objetivo para el municipio de Jamundí será aproximadamente de 31,513 habitantes, quienes son personas mayores de edad y se estima que sus ingresos mensuales son mayores a 1SMLV, \$781.240 mil pesos.

9 Ficha técnica de la encuesta

Fecha	Junio a Julio 2018
Herramienta de recolección de datos	Encuesta
Piloto	Se desarrolló en finales del mes de mayo con estudiantes de la Universidad del Valle, sede Norte del Cauca y personas no pertenecientes a la institución, con el fin de verificar la claridad de las preguntas, facilidad de respuesta, entendimiento, para realizar cambios requeridos.
Tamaño de la muestra	119 habitantes del municipio de Jamundí, Valle del Cauca.
Numero de preguntas	20 preguntas de selección múltiple con varias respuestas.
Objetivo de la encuesta	Proporcionar información sobre algunas características de los habitantes del municipio y conocer la percepción de la temática del restaurante para corroborar con la toma de decisiones sobre la implementación del proyecto.

Datos de la fórmula para determinar la muestra

$$N=31513$$

$$P \text{ (Probabilidad de éxito) } =0.5$$

$$Q \text{ (Probabilidad de fracaso) } =0.5$$

$$Z=1.75$$

$$E \text{ (Error) } =0.08$$

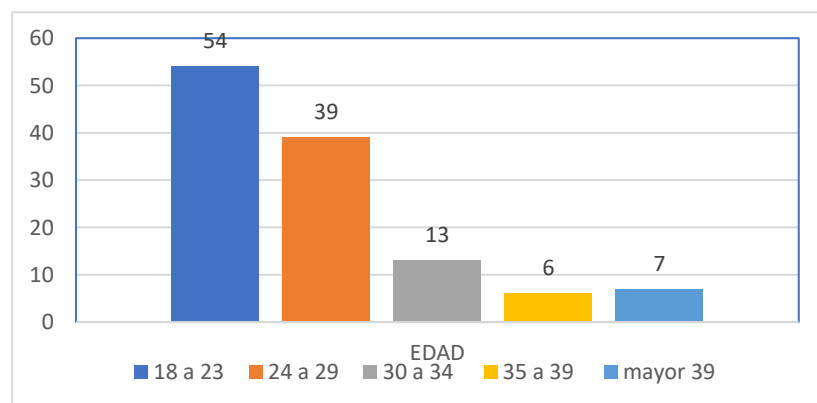
Al desarrollar la formula arroja un resultado de 119,17 el cual se redondea a 119 habitantes que componen la muestra a la cual se realizara la encuesta.

Resultado de la encuesta

A continuación se desarrolla el respectivo análisis de los resultados obtenidos en la herramienta de muestreo (encuesta), esta se realizó a una muestra aleatoria de 119 habitantes del municipio de Jamundí, en unas zonas consideradas importantes para el comercio de servicios de alimentación como restaurantes, establecimientos de comidas rápidas y otros tipos, las zonas fueron la 14 de Alfaguara, la zona comercial del Barrio Ciudad Sur sobre la carrera 7 y zonas cerca de restaurantes sobre la carrera 10 vía hacia potrerito.

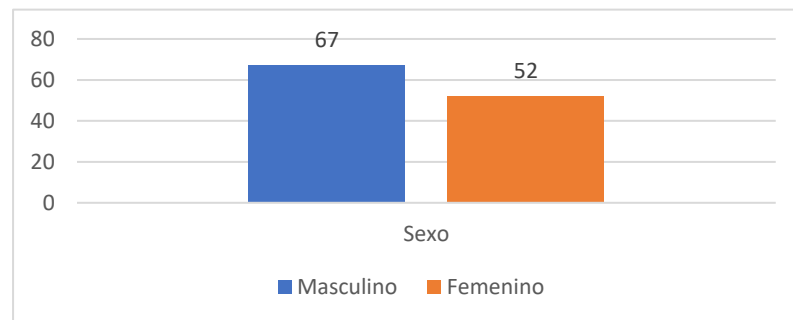
Gráficos de las variables de la encuesta

10 Edad



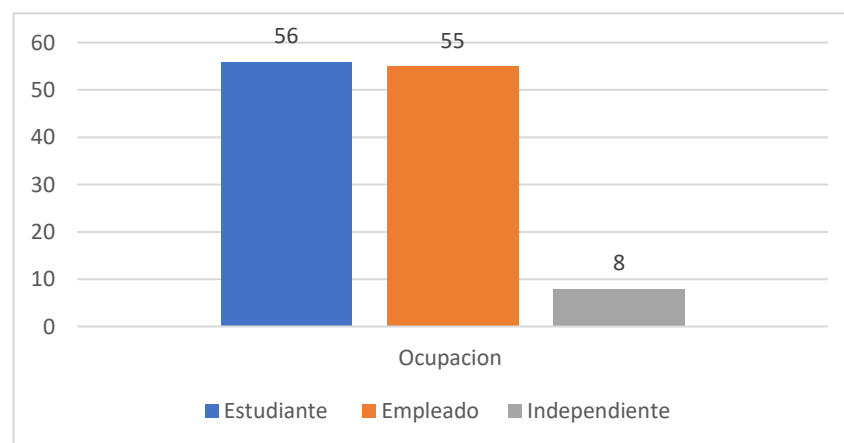
La grafica anterior muestra los resultados obtenidos en la variable edad de la muestra poblacional de 119 habitantes del municipio de Jamundí; la mayor concentración de habitantes se encuentra en el rango de 18 a 29 años, esta población es considerada el nicho de mercado para el restaurante.

11 Sexo



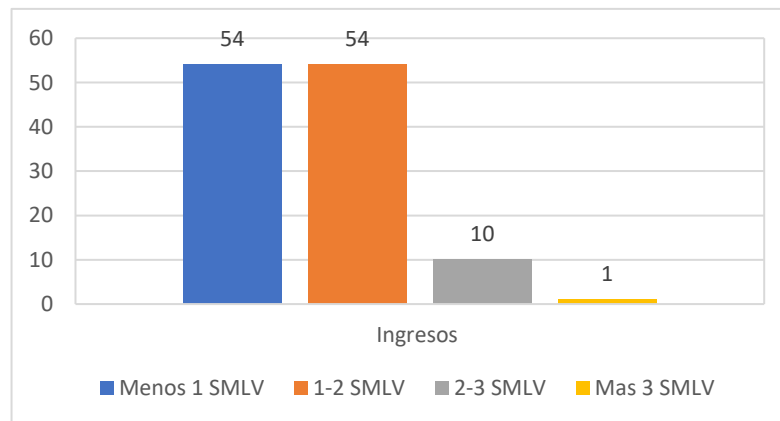
La gráfica sexo, refleja la frecuencia de cada genero de las personas encuestada. Por el tipo de deporte, el mercado potencial está constituido en una mayor parte por el sexo masculino (67 habitantes), esto no define que el género femenino que ocuparon (52 habitantes) no sea un mercado importante para tener en cuenta.

12 Ocupación actual



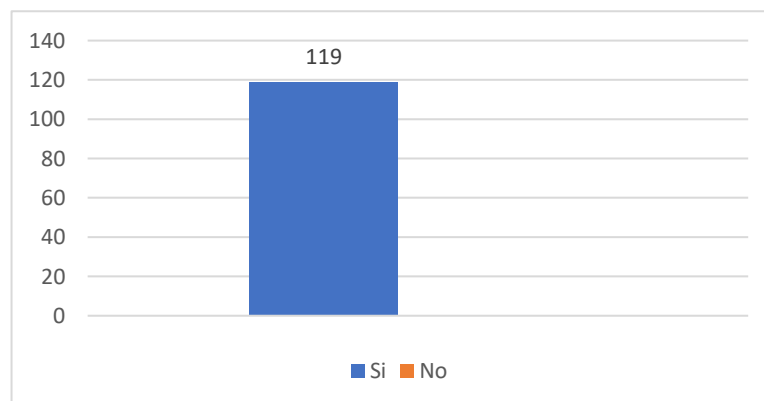
La grafica anterior muestra la variable de la ocupación actual de los habitantes encuestados, de acuerdo con los resultados obtenidos, la población que actualmente se encuentra empleada y las personas independientes se constituye por 63 habitantes, resultado que es importante por el poder adquisitivo de esta población.

13 Ingresos mensuales



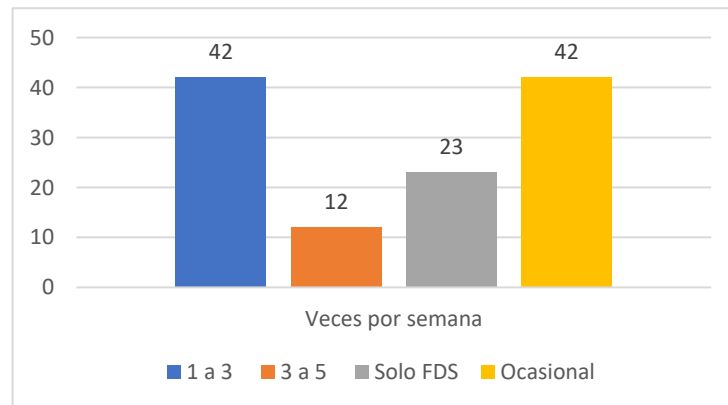
La grafica ingresos mensuales refleja que el 90% de los habitantes encuestados se encuentran entre menos de 1 SMLV y 2 SMLV, lo que permite deducir que esta población cuenta con el poder adquisitivo necesario para ser posibles clientes del restaurante.

14 Gusto por acudir a restaurantes



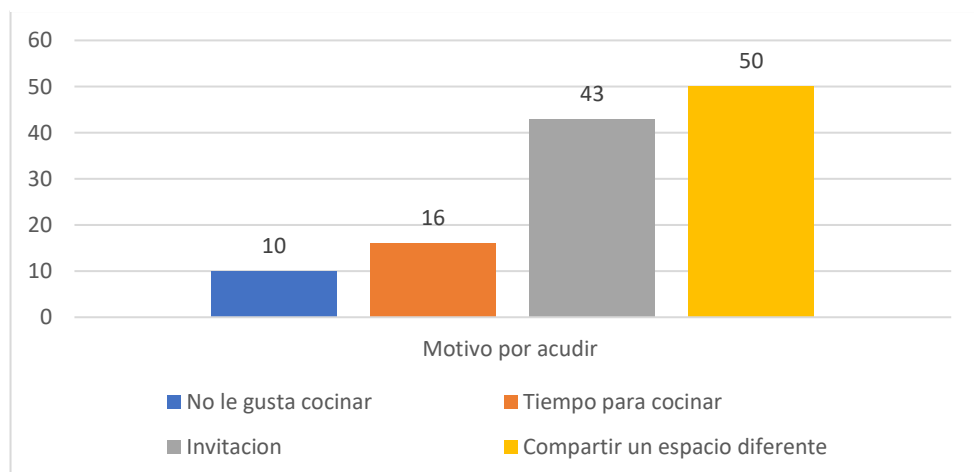
De la gráfica anterior se puede deducir que la temática del restaurante podrá tener aceptación y será bien vista por los habitantes de municipio, dado que la totalidad de la muestra encuestada, afirman tener gusto por el deporte.

15 Frecuencia de uso de restaurantes



La grafica anterior muestra la frecuencia en la cual los habitantes del municipio utilizan el servicio de restaurantes, de los resultados, el 70,58% de los encuestados afirman que acuden a los servicios entre 1-3 veces por semana y de forma ocasional mientras que el 29,41% lo hace 3-5 veces por semana y los fines de semana.

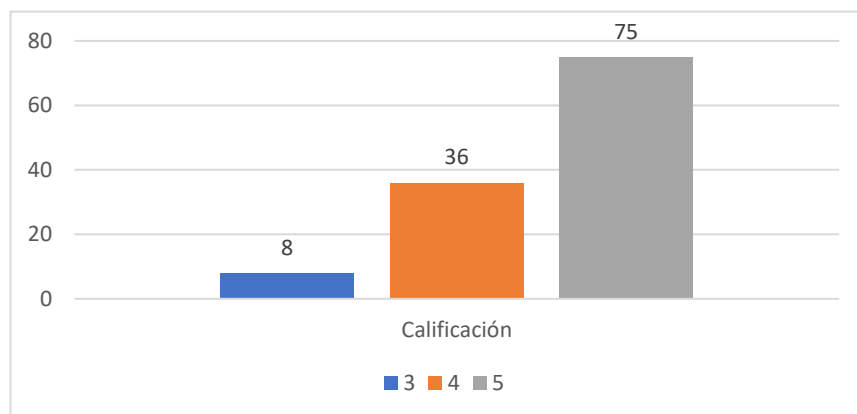
16 Motivo por el que acude a un restaurante



La grafica que representa el motivo por el cual los habitantes acuden a los servicios de restaurantes, refleja que el 21,8% de la población por razón de gusto y ocupación, no les agrada la idea de cocinar o no cuentan con el tiempo

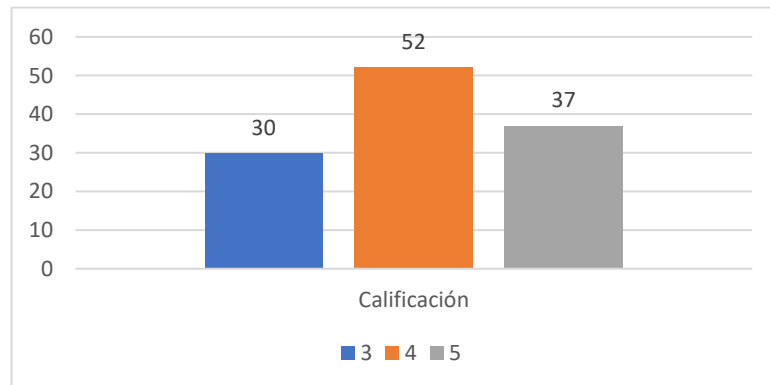
para realizar esta actividad, mientras que el 78,2% acuden por una invitación o por el interés de salir de la rutina y compartir un espacio diferente para alimentarse.

17 Precio y atención



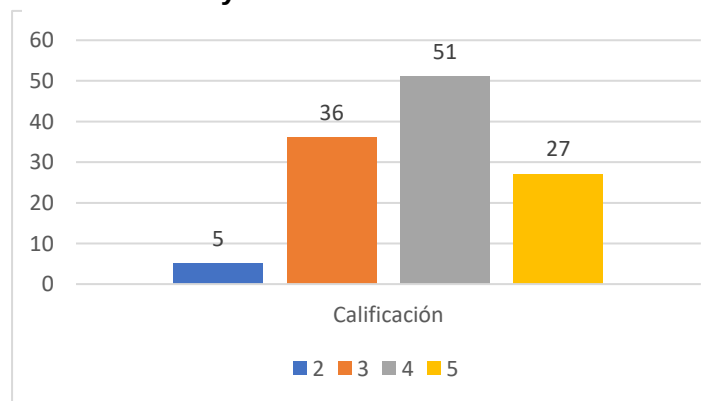
La gráfica precio y atención, refleja la importancia que tiene para los habitantes del municipio este factor al tomar la decisión de visitar un restaurante, el 63% de la población encuestada considero que es totalmente importante este factor antes de decidir, mientras que el 37% a pesar de no considerarlo un factor totalmente significativo, en una escala del 1-5 siendo la más alta 5, optaron por considerarlo con una importancia de 3 y 4.

18 Ubicación y comodidad



La grafica anterior refleja que el 69% de las personas encuestadas consideran que el factor de la ubicación y la comodidad de los restaurantes no es tan importante para ellos, mientras que el 31% considera totalmente importante a la hora de decidir entre las opciones de restaurantes presentes en el municipio.

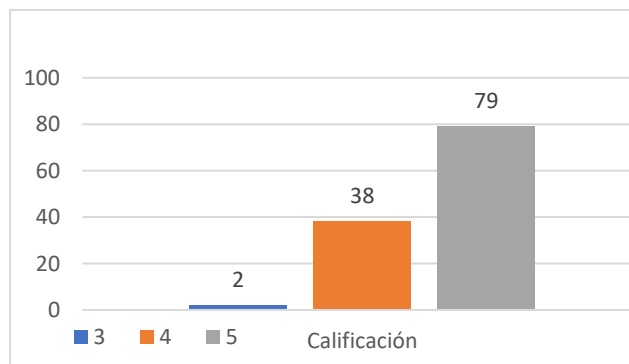
19 Ambiente y decoración



La grafica anterior muestra los resultados obtenidos al encuestar una muestra de 119 habitantes del municipio de Jamundí sobre la importancia que tiene para ellos, el ambiente y la decoración en los restaurantes, donde 1 es la calificación más baja y 5 es la más alta. Los resultados indican que el 65% de la muestra consideran la calificación de 4 y 5 afirmando así, que es un factor

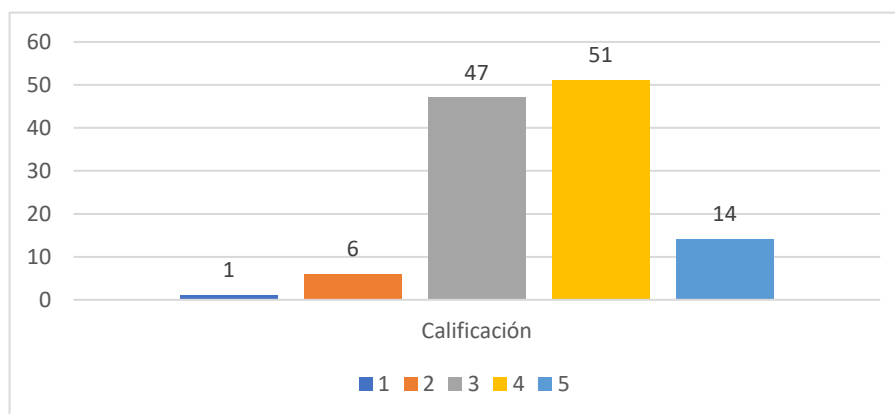
importante a la hora de decidir, mientras que el 35% no lo ve tan relevante en los restaurantes.

20 Menú



De acuerdo con los resultados del gráfico anterior, el menú que ofrecen los restaurantes es muy importante y considerado a la hora de decidir los habitantes para visitar un restaurante, de la muestra encuestada, el 98% de la población considero este factor influyente para la toma de decisiones mientras que el 2% tiene otros intereses y se enfocan en otros factores.

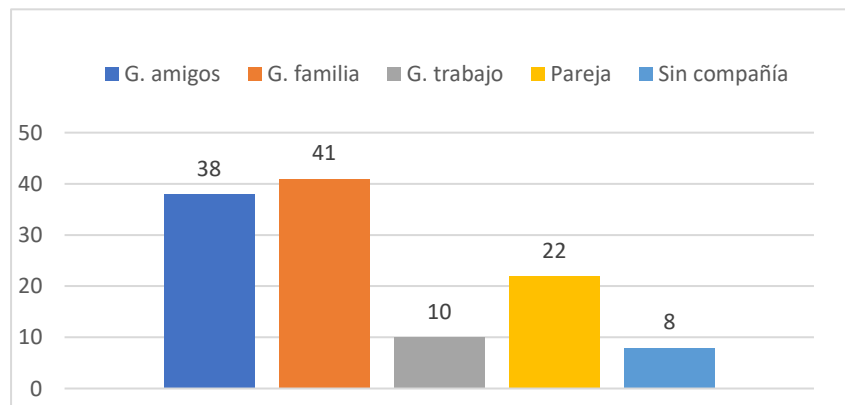
21 Exclusividad



La grafica anterior muestra la calificación obtenida de la población encontrada en la escala de 4-5, siendo (5) la calificación más alta. Se refleja que el 54,6% de las personas consideran que el factor exclusividad, es muy importante a la hora de decidir, esto genera para el restaurante C&E una gran

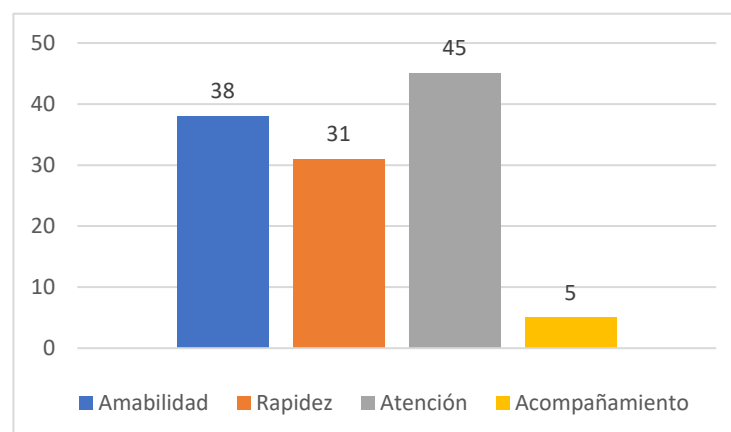
responsabilidad puesto que la temática central está basada en la decoración y diferenciación del lugar, es decir, brindar un espacio diferente a los posibles clientes, mientras que el 45,4% no la ven tan relevante.

22 Compañía



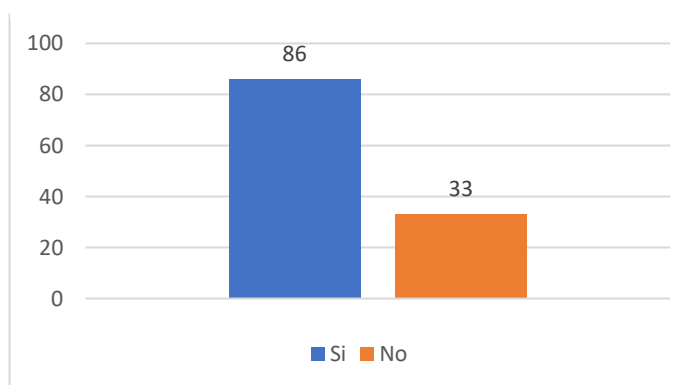
De acuerdo con la gráfica anterior, se logra observar que el 66,3% de la población encuestada del municipio de Jamundí, al momento de ir a un restaurante lo hacen en compañía de grupo de amigos y familiares, lo que permite identificar el nicho de mercado al cual estará dirigido el restaurante C&E, incluyendo de forma no tan significativa el 33,7% que acude normalmente en compañía de compañeros del trabajo en pareja y sin compañía.

23 Factor más relevante para considerar un buen servicio en el restaurante



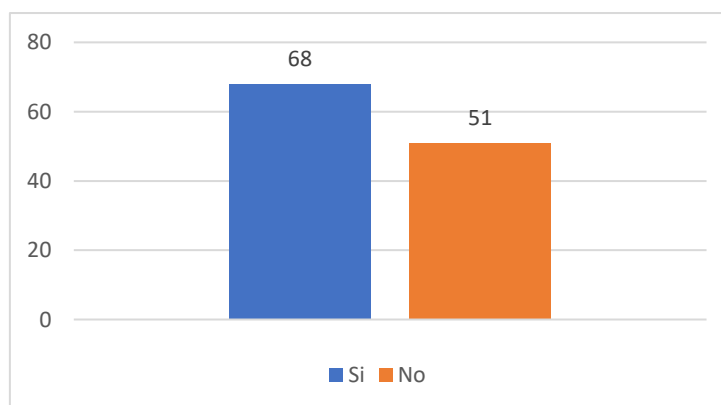
En la gráfica anterior, se logra identificar cuatro factores que son importantes para determinar si un restaurante brinda un buen servicio. El 95% de la población encuestada considera que la amabilidad, rapidez y atención son la base fundamental con la que deben partir este tipo de establecimientos, esto a su vez permite al restaurante temático C&E, crear estrategias de acuerdo con los requerimientos y necesidades de los posibles clientes.

24 Conocimiento sobre que es un restaurante temático



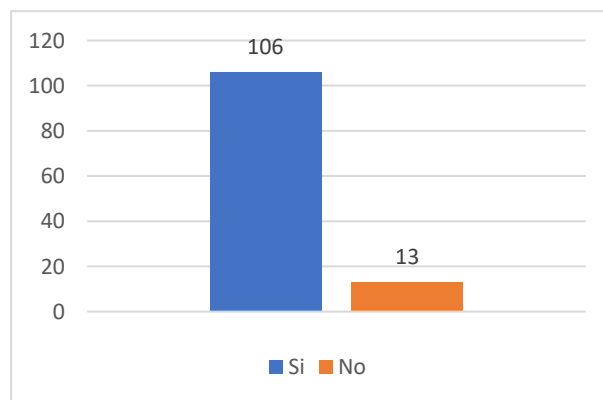
De acuerdo con la gráfica, se identifica que el 72,2% de la muestra, tiene conocimiento sobre que es un restaurante temático y tienen idea cual es la característica principal del restaurante C&E, por otro lado, el 27,8 no conoce sobre el tema.

25 Visita a restaurante temático



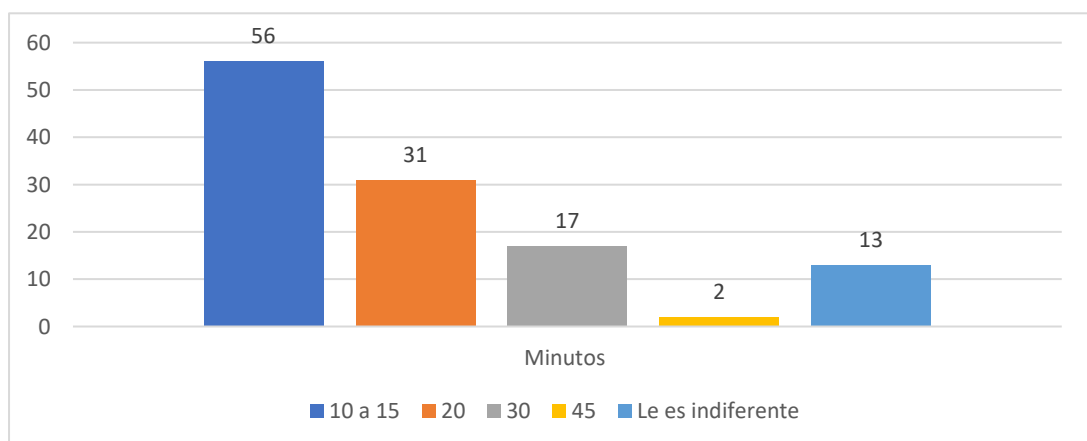
La grafica anterior muestra dos factores que son fundamentales para el proyecto del restaurante C&E, en él se refleja que 57% de la muestra, ha visitado este tipo de restaurantes que tiene como eje central, la decoración del lugar a partir de una temática particular, mientras que el 43% no ha asistido a este tipo de lugares por razones particulares.

26 Gusto por el futbol



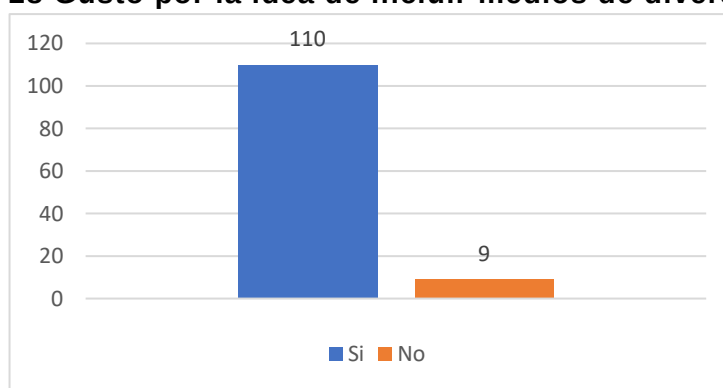
De acuerdo con la gráfica del gusto por el futbol, es claro apreciar que los habitantes si les agrada el deporte debido a que el 89% de la muestra es simpatizante y siente pasión por el deporte. El 11% tiene otro tipo de gustos respecto al deporte.

27 Tiempo de espera pertinente por el producto



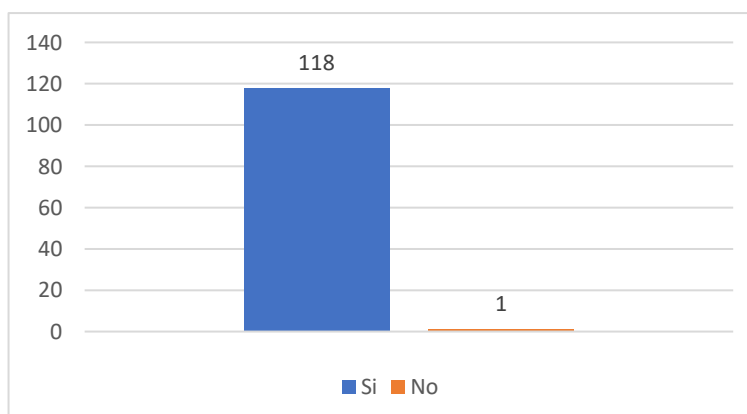
Los resultados muestran que el rango de espera de 10-20 minutos es considerado el más apropiado para que el pedido esté listo según los resultados de la gráfica anterior. Este resultado demuestra que los tiempos de producción deben contar con la capacidad de respuesta óptima para cumplir con esta exigencia. El 26,8% está dispuesto a esperar más de 30 minutos o son indiferentes al tiempo que tarde el pedido si obtienen un producto que compense.

28 Gusto por la idea de incluir medios de diversión al restaurante



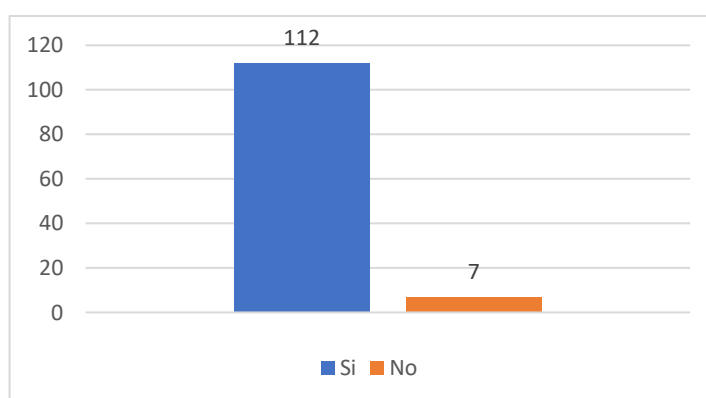
El pensar en incluir medios de diversión en los restaurantes para que los comensales tengan una distracción y se relacionen más con sus familiares y/o amigos a partir del juego, mientras esperan su pedido, posee una alta aceptación donde 110 habitantes dijeron que si sería apropiado incluir medios de diversión para ellos y sus acompañantes mientras que 7 habitantes son indiferentes a la idea.

29 Opinión sobre zona destinada a parqueadero



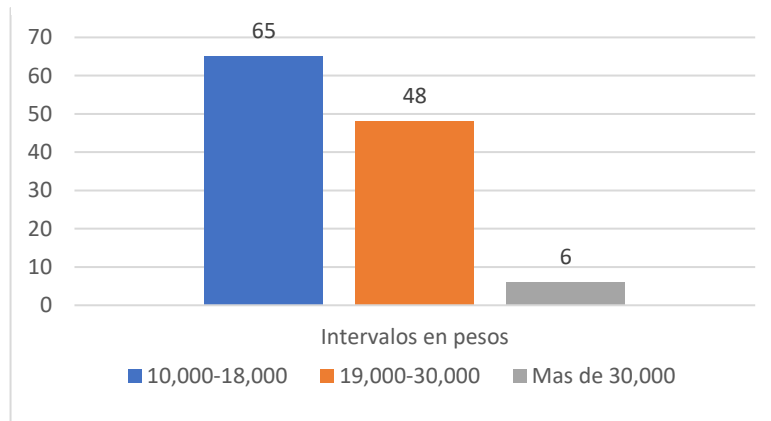
La grafica anterior, muestra la importancia que tiene la disponibilidad de una zona de parqueo segura para los habitantes que conforman la muestra encuestada. Los resultados relacionan que 118 habitantes consideran importante que el restaurante cuente con su propia zona de parqueo donde puedan dejar su medio de transporte sin preocupación y solo 1 persona no considera importante este factor.

30 Oportunidad de visitar el restaurante temático de futbol "C&E"



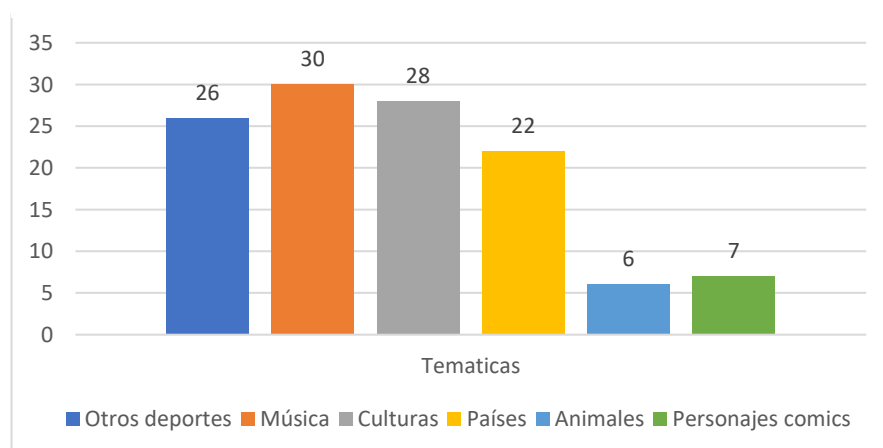
Los habitantes del municipio de Jamundí no cuentan con la opción de poder visitar un restaurante cuya temática sea asociada a uno de los deportes más importantes a nivel mundial. Según los resultados de la tabla, 112 habitantes estarían dispuestos a visitar el restaurante temático de futbol C&E y 7 personas no les llama la atención por razones particulares.

31 Disponibilidad a pagar



La grafica muestra los resultados obtenidos al preguntar a 119 habitantes del municipio de Jamundí, en que rango de precios se encuentra el valor que ellos consideran apropiado pagar por un plato de comida. El 95% de los encuestados dicen que pagarían por un plato de comida entre \$10.000 a \$30.000, mientras que el 5% restante estaría dispuesto a pagar más de \$30.000.

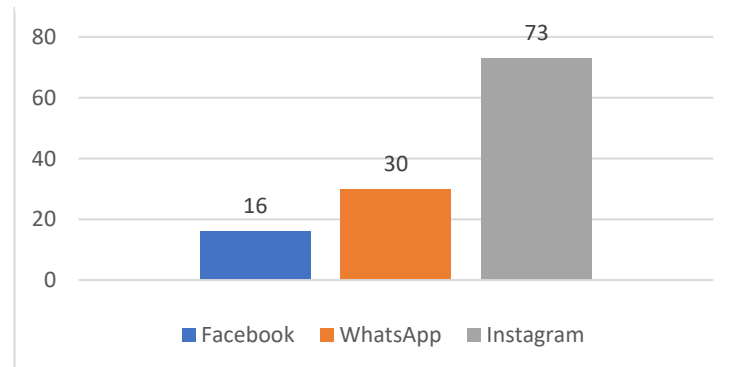
32 Otras temáticas atractivas para el restaurante



Al preguntar a la muestra de 119 habitantes del municipio de Jamundí sobre que otras temáticas diferentes al Futbol les seria de su agrado. Según la información obtenida, la música y las culturas son los más llamativas para la población, seguido de otros deportes, temáticas asociadas a un país y con una

frecuencia de 13 habitantes los personajes de comics y la fauna son temáticas interesantes para los restaurantes.

33 Red social usada con mayor frecuencia en el día



La grafica compara los conteos de las diferentes redes sociales utilizadas por la población, buscando saber en cual invierten más tiempo. De acuerdo con los datos obtenidos, 73 personas invierten un mayor tiempo en Instagram siendo esta la más utilizada, seguido por Whatsapp y Facebook.

10 Cruce de variables ingreso-edad

		¿En qué rango se encuentran sus ingresos mensuales?			
		Menos de 1 SMLV	Entre 1 y 2 SMLV	Entre 2 y 3 SMLV	Más de 3 SMLV
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
En qué rango se encuentra su edad	18 a 23	32	18	3	1
	24 a 29	13	22	4	0
	30 a 34	4	7	2	0
	35 a 39	1	4	1	0
	Mayor a 39	4	3	0	0

Este análisis cruzado de la variable edad contra la variable de los ingresos mensuales, permite una apreciación de un mercado potencial. Los resultados arrojados determinan que la mayor parte de la muestra de 119 habitantes del municipio de Jamundí, se encuentran entre la edad de 18 a 23 años y sus ingresos mensuales son menores a un SMLV; pero si se desarrolla un análisis, con enfoque en la población que podrían ser clientes del restaurante temático C&E, sería el resultado del cruce del intervalo de edad entre 24 a 29 años con los ingresos mensuales entre 1 y 2 SMLV, estos ocupan el 18.4% de (119). Considerando las características del restaurante, esta población integraría un mercado potencial para el restaurante C&E, analizando su disponibilidad a pagar respecto a sus ingresos.

11 Cruce de variables frecuencia-gusto

		¿Con qué frecuencia utiliza servicios de restaurantes?				
		De 1 a 3 veces por semana	De 3 a 5 veces por semana	Sólo los fines de semana	Ocasional	Total
¿Le gusta acudir a restaurantes?	Si	42	12	23	42	119
Total		42	12	23	42	119

Teniendo en cuenta que la totalidad de la muestra (119 habitantes) dieron a conocer que, si les gusta utilizar los servicios de restaurantes, el cruce con la variable de la frecuencia de uso de estos servicios da a entender la dinámica de estos establecimientos en el municipio, se puede ver que la mayor concentración está en la frecuencia de 1 a 3 veces por semana y la del motivo ocasional, las cuales ocupan el 70,5% de (119). Lo que da a entender que posiblemente se puede presentar una buena dinámica de ventas al restaurante temático C&E.

12 Cruce de variables disponibilidad-ingresos

Tabla cruzada ¿En qué rango se encuentran sus ingresos mensuales? *¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por un plato de comida, en un restaurante temático de futbol?

		¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por un plato de comida, en un restaurante temático de futbol?			
		10.000 a 18.000	19.000 a 30.000	Mas de 30.000	Total
¿En qué rango se encuentran sus ingresos	Menos de 1 SMLV	34	17	3	54
	Entre 1 y 2 SMLV	23	28	3	54

mensuales?	Entre 2 y 3 SMLV	7	3	0	10
	Más de 3 SMLV	1	0	0	1
Total		65	48	6	119

Este análisis cruzado de la variable rango de ingresos mensuales contra la variable pagar por un plato de comida, permite observar que de los 119 habitantes del municipio de Jamundí, las personas que tienen ingresos menores de un SMLV están dispuestas a pagar entre \$10.000 a \$18.000, siendo este el precio base para trabajar en el establecimiento, pero teniendo en cuenta que las personas que tienen ingresos entre uno y dos SMLV también pueden ser un mercado potencial para el Restaurante temático de fútbol “C&E”.

13 Cruce de variables gusto-compañía

Tabla cruzada ¿Le gusta acudir a restaurantes? *En el momento de acudir a un restaurante, normalmente lo hace con:

		En el momento de acudir a un restaurante, normalmente lo hace con:					Total
		Grupo de amigos	Grupo familiar	Grupo de trabajo	En pareja	Sin acompañante	
¿Le gusta acudir a restaurantes?	Si	38	41	10	22	8	119
Total		38	41	10	22	8	119

De acuerdo con la totalidad de la muestra (119) habitantes del municipio de Jamundí, se dieron a conocer que, si les gusta acudir a restaurantes; con respecto al cruce de la variable compañía para acudir a un restaurante, se puede observar que la mayor concentración se da en el grupo familiar con un 34,4%, sin dejar a un lado grupo de amigos que cuenta con un 31,9% de la

población. Lo que da a entender que estos dos grupos son los que posiblemente puedan acudir con frecuencia al restaurante temático de futbol C&E.

14 Cruce de variables factor relevante-gusto

Tabla cruzada ¿Le gusta acudir a restaurantes? *¿Qué factor a su opinión, es de mayor relevancia para considerar que obtuvo un buen servicio en un restaurante?

Recuento

		¿Qué factor a su opinión, es de mayor relevancia para considerar que obtuvo un buen servicio en un restaurante?				
		Amabilidad	Rapidez	Atención	Acompañamiento	Total
¿Le gusta acudir a restaurantes?	Si	38	31	45	5	119
Total		38	31	45	5	119

En el cruce de la variable acudir a un restaurante contra la variable factor de mayor relevancia para considerar que un restaurante obtuvo un buen servicio, se identificó que de los 119 encuestados les gusta acudir a restaurantes, teniendo mayor concentración en esta variable la atención con un 37,8%, sin descuidar la amabilidad con un 31,9%, lo que da entender que ambos factores son esenciales para el funcionamiento del Restaurante de futbol “C&E”.

ESTRATEGIAS DE MERCADO

Descripción del servicio

La fuerza laboral que dentro de sus funciones está el contacto con los clientes, poseen una gran responsabilidad para la organización, siendo uno de los factores de diferenciación que, en muchos casos por la globalización de los procesos, es un factor diferenciador de suma importancia.

Con el propósito de crear una fidelización de los clientes, las empresas emplean varias estrategias enfocados en la atención al cliente, en cómo y cuál es la forma que más satisfacción le deja al cliente a la hora de requerir sus servicios o productos.

El enfoque en mejorar los procesos para generar mayor satisfacción a los clientes es importante para tener en cuenta en el restaurante temático “C&E”, con el fin de obtener una buena posición frente a la competencia, sumado a esto, la clave para el éxito del restaurante temático es ser innovadores, darle a las personas una opción diferente a lo que están acostumbrados, por lo cual otros factores como la estructura física, el portafolio de productos, la ubicación, calidad de la materia prima, entre otros, son pilares para este fin.

Estos factores predisponen ante una competencia enmarcada por lograr hacer las cosas diferentes, por este motivo, la atención al cliente se debe enfocar en hacer sentir al cliente sin discriminación alguna, una persona importante para la organización, al ser el eje central del éxito de cualquier negocio que se relacione con la interacción con clientes.

Como el fin del restaurante temático “C&E”, es inducir a los clientes a pagar por una línea de productos, bebidas y por un servicio, se debe tener control de los intervalos de tiempo de espera por temas de transformación y preparación del portafolio de productos, dado que el propósito es siempre dar una información confiable a los comensales sobre los tiempos de espera y poder concretar el contrato que se adquiere con el cliente al dar unas especificaciones

relacionadas con el producto como tal y el tiempo que tarda en llevarlo al cliente.

Finalmente, las sugerencias y quejas de los clientes sean verbales o escritas, son necesarias para saber si el método con el cual se hacen las cosas es el apropiado, si necesita mejoras o simplemente se debe descartar e integrar uno nuevo.

Estrategia promocional

Para este tipo de mercado, como lo es el sector gastronómico, es muy importante romper con las tendencias que hay en la actualidad, puesto que se debe incitar al cliente a disfrutar de un lugar diferente y propicio en el que pueda disfrutar tanto de un buen plato de comida, como una buena transmisión de fútbol, de su equipo favorito. Esto permitirá que el cliente tenga una relación con el restaurante temático de Fútbol “C&E” en el momento de compartir con amigos y familia.

A partir de la temática central del restaurante, que es el futbol, se pretende que las personas frecuenten el restaurante para ver los partidos de toda la temporada de las principales ligas del mundo, esto permitirá crear promociones en las cuales incitan más a los clientes a visitar y consumir los diferentes platos.

Promociones del Restaurante temático de futbol “C&E”:

- Para fechas especiales como cumpleaños, amor y amistad, día del padre, se harán descuentos en el que solo pagarán la mitad del precio por un plato de comida, todo esto se cumplirá si el grupo de personas llevan la camiseta de su equipo favorito al restaurante.
- Para semanas de UEFA Champions League, las personas que acierten en el marcador del partido y en quien anote los goles, tendrán un plato gratis del restaurante “C&E”.

Estrategia de precio

Esta estrategia de precios debe estar directamente relacionada tanto con el mercado objetivo, como en el valor agregado que se le pretende dar al restaurante. Esto quiere decir, que el cliente juega un papel fundamental, puesto que se debe mantener satisfecho a partir de la diferenciación con los demás restaurantes, pero sin la necesidad de bajar la calidad de los productos, sino al contrario, igualarla o mejorarla.

Ahora bien, al ser un restaurante (exclusivo) para amantes del fútbol, la calidad de los productos y el servicio debe ser alta, puesto que este tipo de clientes están acostumbrados a pagar por un buen plato de comida y un excelente ambiente para compartir con amigos y familia.

Por otro lado, los proveedores juegan un papel muy importante, puesto que la relación que se tenga con ellos es lo que permitirá que el precio de los productos que se ofrecen sea justo y a su vez se tengan utilidades sin perjudicar tanto el producto como el servicio.

El precio promedio que están dispuestos a pagar los clientes en el municipio de Jamundí, por un plato de comida está entre los \$10.000 - \$18.000, teniendo en cuenta que estos dependen de la composición del plato, servicio e infraestructura del restaurante.

Estrategia de distribución

En este tipo de mercados la estrategia de distribución juega un papel muy importante puesto que consiste en la forma como se hace llegar el producto al cliente.

En los restaurantes se presentan tres tipos de formas en las cuales puede llegar el producto al consumidor final:

Consumo de productos en el establecimiento

Son las personas que por la disposición de tiempo y por querer consumir sus alimentos en un ambiente diferente, acuden al restaurante y consumen su pedido directamente en el área destinada para la atención al cliente.

Pedido a domicilios

En muchos casos las personas por motivos particulares no pueden o simplemente no quieren asistir al establecimiento para hacer uso de su servicio, pero si quieren consumir alimentos preparados en él, por lo cual, este canal es muy importante tener en cuenta y buscar la forma de añadirlo, pero debe ser evaluado, dado que la persona encargada siempre estará expuesta a recibir daño a su integridad física, por la exposición al desplazarse hasta el sitio donde se hace el pedido, lo cual es un factor negativo para la empresa.

Pedir para llevar estando en el establecimiento

Se entiende por las personas que estando en el establecimiento, desean llevar un alimento adicional, hacer su pedido para llevar y consumir en casa o en otro lugar.

Básicamente el servicio del restaurante temático de futbol C&E, será inicialmente enfocado para las personas que consuman los productos en el establecimiento y las personas que ya estando en el establecimiento, pidan productos para llevar.

Estrategias

Catering: Además de servir un plato de comida en el establecimiento, el restaurante temático de futbol “C&E” contara con un servicio de catering, el cual tiene como objetivo llegar directamente a las empresas del municipio de Jamundí, a partir de eventos empresariales que realicen dichas organizaciones. Aunque el fin principal del restaurante es la comida, impactar con esta idea

innovadora permite penetrar en otro tipo de clientes (Empresas) y ofrecer un servicio diferente para el cliente.

Presupuesto del plan de mercadeo

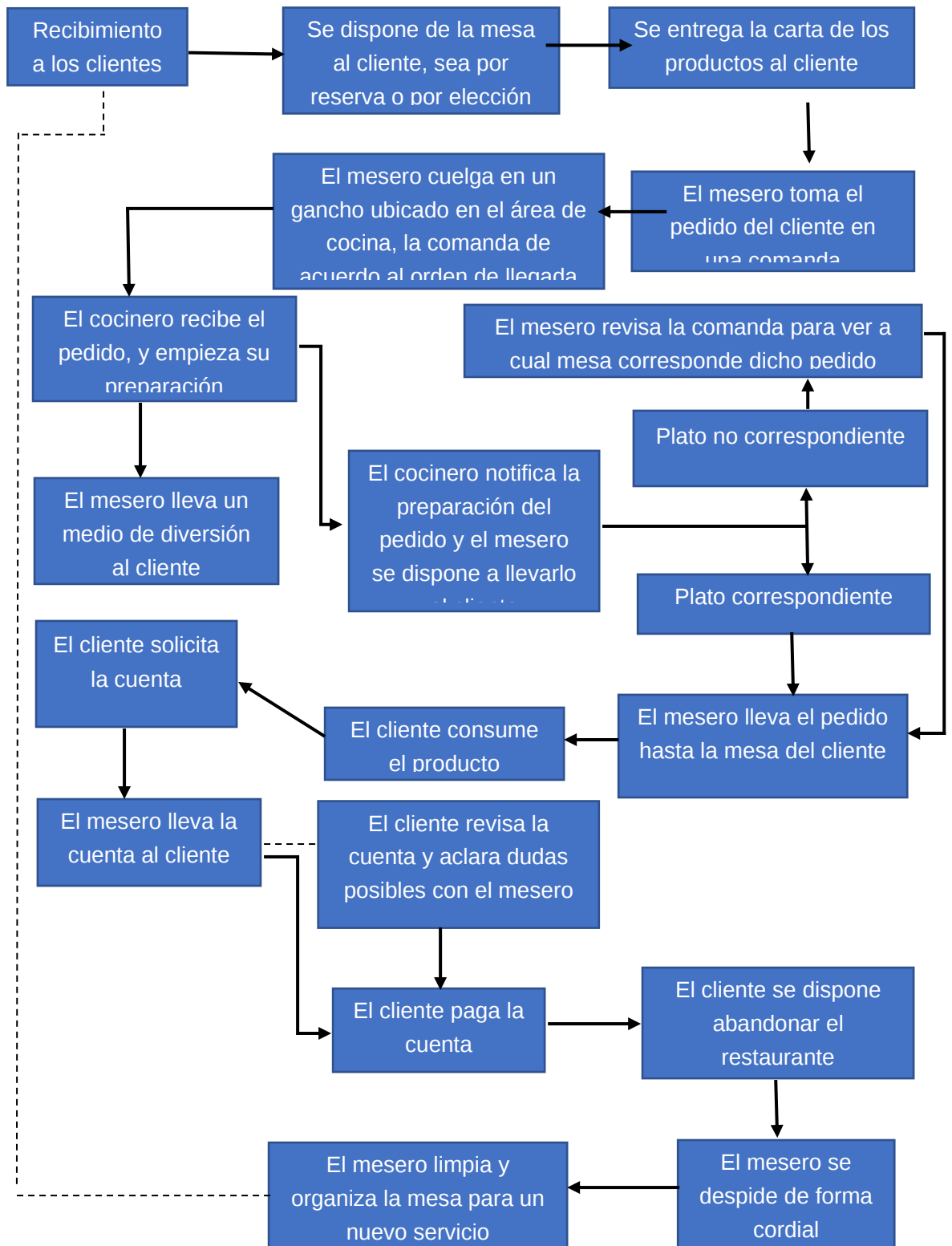
A continuación, la tabla de presupuesto, que refleja la cantidad de dinero que se puso a disposición para el desarrollo y aplicación de la encuesta, para el restaurante temático de futbol “C&E”.

15 Presupuesto plan mercado

Actividades	Costo
Gasto en fotocopias en buen estado	11.300
Gasto en fotocopias con errores	2.000
Gasto en transporte	150.000
Gasto en mano de obra	500.000
Otros gastos incurridos	30.000
Total	693.300

ANÁLISIS TÉCNICO

34 Ficha técnica del servicio



La anterior ficha técnica del servicio muestra en forma desagregada cada actividad y momentos que se presenta a la hora de atender a un comensal o grupo de comensales en el restaurante temático de futbol C&E, es de suma importancia que se puedan percibir los siguientes acontecimientos a la hora de realizar la atención. Inicialmente está el primer contacto del personal con los clientes, cabe mencionar que la cordialidad, el saludo y la presentación personal del mesero serán factores claves para generar agrado al cliente.

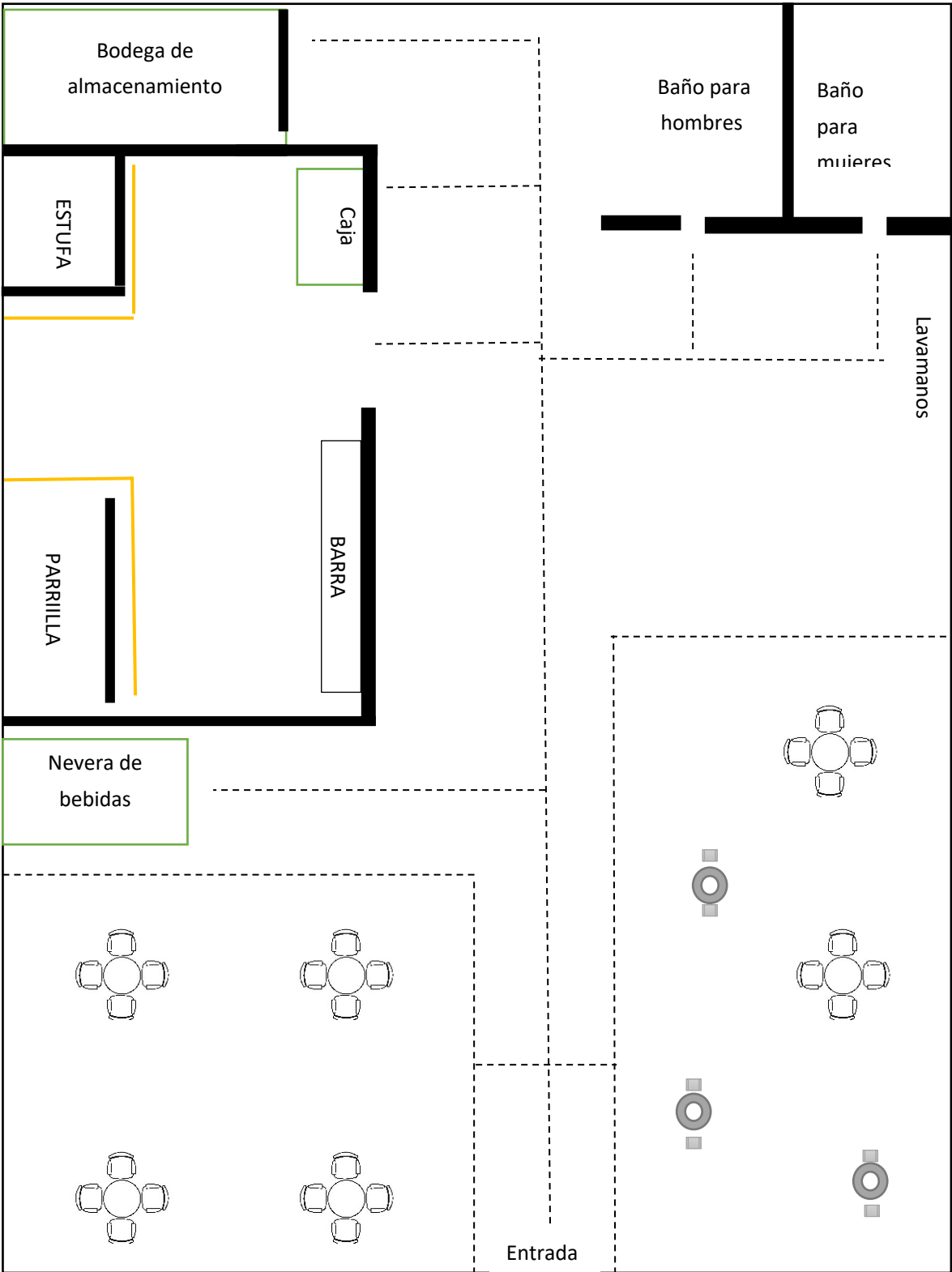
En segundo lugar, el mesero se encargara de disponer la ubicación en la cual se hará el cliente de acuerdo a la disponibilidad del establecimiento y luego la sugerencia del cliente, el mesero deberá realizar un acompañamiento al cliente, llevando la tarjeta del menú, dando a conocer los posible tiempos de espera por pedido, tomando y llevándole el pedido, ser visible para el cliente y estar pendiente si lo solicita, esta atención se realizara hasta el momento que el cliente se disponga a retirarse del establecimiento luego de recibir y pagar por el servicio.

Por último, cuando el cliente se vaya a retirar del restaurante, el mesero deberá despedirse de manera cordial con el fin de que el cliente luego de sentirse a gusto por la excelente comida, sienta que obtuvo un buen servicio y fue una persona importante para el establecimiento desde su ingreso hasta el momento que se va a retirar, lo que en cierta medida, es beneficioso dado que puede que dicho cliente regrese o realice publicidad voz a voz contando su buena experiencia en el restaurante temático C&E.

16 Actividades que forman parte del servicio

Servicio	Tiempo aproximado en minutos
Bienvenida	1
Organización del cliente	2
Entrega de la carta y toma de pedido	3 a 5
Entregar el pedido al cliente	15 a 20 (depende del plato)
Consumo del producto	20 a 30 minutos
Solicitud y entrega de la cuenta	3
Revisión de la cuenta y despedida	3 a 5 4
Organizar la mesa para un nuevo servicio	2
Tiempo promedio de duración del servicio	58,5 Aprox. 1 hora

35 Distribución de planta física



La distribución de la planta física muestra cómo se pretende sea el área del establecimiento, en ella se puede observar la ubicación de cada área y servicios que tiene el restaurante temático de fútbol C&E. Las líneas amarillas representan el área de cuidado para las personas que realicen sus actividades en la cocina y que deban hacer uso de la parrilla y/o estufa.

La planta está distribuida pensando en la circulación eficiente de los clientes y los trabajadores en el establecimiento, el área ideal sería de un total de 60 m² distribuidos de la siguiente forma; el 20% será establecida para el área de preparación de alimentos (12 m²), 8 m² para el área de bodega y cuarto frío, un área de 7 m² establecido para los baños y lavamanos.

Ahora bien, el área para la de atención al cliente será compuesta por un total de 17,6 m², el cual consta de 7 mesas para cuatro personas y 3 mesas para dos personas, el área para cada una de las siete mesas estaría distribuida por aproximadamente 2 m² para un total de 14 m² y para las tres mesas restantes el área por mesa sería de 1,2 m² para un área de 3.6 m², finalmente el área restante 15.4 m² será distribuida para corredor, áreas de espacio libre para el flujo de clientes y trabajadores hacia las distintas áreas del establecimiento y la decoración.

17 Inversión inicial para el montaje

Bien tangibles	Costo de la inversión
Equipos	\$24.436.494,0
Decoración, vajilla y utensilios	\$4.176.700,0
Ambientación y diversión	\$455.000,0
Seguridad y equipos de apoyo	\$1.250.980,0
10% imprevistos	\$3.031.917,4
Inversión en tangibles	\$33.351.091,4
Adecuación y otros gastos	\$4.905.198,0
Total, inversión	\$38.256.289,4

Fuentes: Pallomaro, Mercado libre, Home center, Falabella, Alkosto

Costos de adecuación y mano de obra

El presupuesto para la adecuación y la mano de obra para lograr las características deseadas a la infraestructura del restaurante temático de fútbol C&E sería aproximadamente de \$ 4,700,000, en este presupuesto de costo va incluido todo lo relacionado a los materiales necesarios, herramientas requeridas y la mano de obra, dado que los cambios son mínimos dado que no se construye, sino que se realiza una modificación y/o mejoras.

Se incluye la adecuación con panel yeso (valor de 20.100 cada placa 1220 x 2440 x 127 mm), la pintura externa e interna del local, demás arreglos a la infraestructura del establecimiento, instalación de los equipos y soportes.

Proveedores

Respecto al aporte al municipio por parte del restaurante temático C&E, se tiene como intención que los proveedores de las frutas, vegetales y carnes que se necesitan para la elaboración de los productos, sean los productores locales (véase la tabla de productos agrícolas del municipio de Jamundí, en los anexos del trabajo) y los proveedores de los demás insumos necesarios, sean comercializadores de canal secundario o distribuidores oficiales y garantizados de las grandes superficies o empresas (véase los proveedores en el análisis del sector y subsector).

18 Consumo unitario por producto

Producto	Gramaje	Precio en pesos
Lomo de cerdo	500 gramos	\$6.400
Costilla de cerdo	500 gramos	\$6.400
Alas de pollo	500 gramos	\$1.990
Pechuga de pollo	500 gramos	\$3.840
Lomo de res	500 gramos	\$10.400
Yuca	500 gramos	\$1.120
Lechuga	500 gramos	\$450
Brócoli	500 gramos	\$2.200
Coliflor	500 gramos	\$2.200
Tomillo	10 gramos	\$1.500

Orégano	100 gramos	\$5.250
Cebolla larga	500 gramos	\$350
Ajo	150 gramos	\$1.300
Papa	500 gramos	\$560
Tomate	500 gramos	\$650
Cebolla de huevo	500 gramos	\$1.100
Pimentón	500 gramos	\$1.400
Miel de abeja	165 gramos	\$3.350
Crema de leche	186 gramos	\$4.300
Mostaza	200 gramos	\$2.550
Mantequilla	250 gramos	\$4.800
Sal	500 gramos	\$650
Salsa BBQ	290 gramos	\$4.100
Pimienta	10 gramos	\$1.050
Aceite de Oliva	200 mililitros	\$14.800
Azúcar morena	500 gramos	\$1.150
Limón	500 gramos	\$1.690
Perejil	200 gramos	\$500
Salsa de soya	155 mililitros	\$3.650
Queso parmesano	250 gramos	\$14.590

Fuente: Grandes superficies de supermercados del municipio, vendedores locales

La tabla anterior muestra la lista de los insumos requeridos para la preparación de los productos, en ella se observa el precio del insumo y la cantidad de su presentación.

El análisis de este consumo se desarrolla a partir de un portafolio de 6 productos el cual se desarrolla a continuación: (ver Análisis económico y financiero, Plantilla COSTO-PRODUCTO)¹⁹ Costo promedio MP \$8,205.

Plato	Costo en materia prima
1	8.164,80
2	9.081,30
3	7.214,60
4	6.416,70
5	6.240,00
6	12.112,60

Costo promedio de materia prima

De acuerdo con los costos de materia prima correspondientes a los platos anteriormente mencionados, se establece que, al dividir la suma total de los costos de materia prima de los seis platos, entre la cantidad de platos, es decir $(8.164,8 + 9.081,3 + 7.214,6 + 6.416,7 + 6.240,0 + 12.112,6 = \$49.230 / 6 = \$8.205)$ arroja el resultado del promedio de costos de materia prima para la preparación de los productos, el cual sería de \$8.205 pesos.

Plan de producción

El plan de producción se establece para periodos semanales, dado las características senescentes de los insumos que se requieren para la preparación de los productos.

El plan de producción va ligado con la capacidad máxima de comensales que pueden ser atendidos en un mismo momento en el establecimiento. En la distribución de la planta se da respuesta a esta incógnita dado la cantidad de mesas y el número de personas por mesa disponible, por lo cual, la capacidad máxima de clientes que puede atender el restaurante temático de fútbol C&E al mismo tiempo es de 34 comensales.

De acuerdo con la capacidad máxima del establecimiento para atender a 34 comensales y unas condiciones ideales de tiempo de permanencia del cliente, desde la entrada de este hasta la disposición para retirarse del establecimiento luego de recibir el servicio, cuyo tiempo oscila entre 50 minutos y 1 hora aproximadamente (ver la tabla Actividades que forman parte del servicio), se estima que la demanda esperada sea de 30 platos en un día laboral. Por lo anterior, el plan de producción semanal estaría proyectado para tener capacidad de respuesta para 120 platos, con el fin de no comprometer la calidad del producto por el estado de los insumos.

La producción de los platos es realizada bajo el esquema de responder ante la orden, es decir, solo se elaboran los alimentos cuando son solicitados por los

clientes, con el fin de poseer control de la materia prima y brindar a los clientes unos productos de alta calidad y frescos.

Plan de consumo

El reporte de consumo de materia prima se controlará en periodos semanales, se determina, dado que los alimentos perecederos que son usados en estos establecimientos son recomendados consumirse lo más pronto posible para evitar intoxicaciones, daño del lote de materia prima, entre otras.

Las cantidades de materia prima a utilizar en cada preparación, será estandarizada para evitar el uso ineficiente de los recursos, definiendo la cantidad necesaria de cada ingrediente para preparar el plato, a partir de recipientes cuyas cantidades serán demarcadas y a partir de pesaje.

A continuación, se muestra una tabla con las cantidades estimadas que se usaran de los distintos insumos en periodos semanales, dicha estimación se realiza con la proyección de la demanda semanal de 120 platos.

20 Plan consumo

Producto	Cantidad/semana
Carnes	
Cerdo	20 kg
Pollo	23 kg
Res	6kg
Vegetales	
Yuca	4,5 kg
Lechuga	1,6 kg
Brócoli y coliflor	3,6 kg
Cebolla larga	3,6 kg
Cebolla de huevo	3,6 kg
Ajo	1,16 kg
Papa	3 kg
Tomate	5,5 kg
Pimentón	2,4 kg

Perejil	0,2 kg
Limón	0,52 kg
Especias	
Tomillo	0,06 kg
Orégano	0,44 kg
Pimienta	0,26 kg
Salsas y producto empacados	
Miel de abeja	1,2 kg
Crema de leche	0,8 kg
Mostaza	1,3 kg
Mantequilla	0,4 kg
Sal	1,1 kg
Salsa BBQ	0,3 kg
Aceite de oliva	2,2 litros
Azúcar morena	0,4 kg
Salsa de soya	0,5 kg

Plan de compras

Este plan va ligado con el plan de consumo, dicho plan se llevará a cabo en lapsos de tiempo semanal; la adquisición de la materia prima especialmente las frutas y los vegetales y control sobre los mismos, se debe realizar cada semana con el fin de asegurar unos insumos óptimos para la preparación de productos inocuos y que se disponga de la materia prima necesaria para cubrir la demanda estimada, por otro lado, se debe establecer políticas que hagan frente a las contingencias y saber que opciones se tiene y cuál es la más apropiada para tener una respuesta rápida respecto a la forma de adquirir la cantidad de materia prima que se necesite para dar respuesta a la demanda del mercado.

ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

Direccionamiento estratégico

En cualquier tipo de negocio, no solamente restaurantes, lo más importante e indispensable es el factor humano. Todas aquellas personas aparte de hacer su trabajo, son el alma de la organización, puesto que tienen la capacidad de hacer lo que una maquina no puede; es de decir, darle vida a la empresa.

Ahora bien, el factor humano es indispensable, debido a que se trata de mantener el equilibrio en cada una de las diferentes áreas de la organización, hacer sentir al trabajador a gusto con su puesto de trabajo, que no lo vea solo como un lugar de cuatro paredes, sino una oportunidad de crear ideas constantemente, para que acorde con ello preste un mejor servicio para generar satisfacción en el cliente.

Misión

Ofrecer en el municipio de Jamundí un servicio y una ambientación innovadora con un menú variado, saludable, de excelente calidad, proporcionando de esta manera la satisfacción al cliente, a partir de una decoración enfocada en la temática del futbol, para todas aquellas personas apasionadas por este deporte.

Visión

Para el año 2022 el Restaurante temático de futbol “C&E”, será un establecimiento reconocido y preferido en el municipio de Jamundí, por su excelente temática enfocada en el futbol y en cada uno de sus productos de alta calidad.

Valores y sentimiento

Empatía

La prioridad en el Restaurante temático de futbol “C&E” siempre serán los clientes, puesto que un cliente feliz y satisfecho atraerá más personas a nuestro establecimiento. De esta forma pretendemos anticiparnos a sus necesidades en la medida que se pueda y poner en servicio la máxima calidad y calidez hacia ellos. Todo esto aplicado al personal del Restaurante y proveedores, puesto que la empatía es imprescindible para tener unas relaciones humanas duraderas y de calidad.

Dedicación Y Esfuerzo

En el restaurante “C&E” el esfuerzo y dedicación serán uno de los valores más importantes, en el que diariamente el personal de lo mejor si tanto para el bienestar personal como para la empresa, todos esto con el propósito de que todo aquel que entre al establecimiento salga más contento de como entro, es decir, satisfecho, buen servicio y con ganas de volver.

Humildad

En el Restaurante temático de futbol “C&E” somos conscientes que siempre se puede mejorar y aprender, es por ello por lo que estamos abiertos a escuchar todo aquello que el cliente nos sugiera o recomiende. Reconoceremos nuestros errores cuando nos equivoquemos, pidiendo las pertinentes disculpas con toda humildad y buscando soluciones frente al problema.

Agradecido

En el restaurante “C&E” desde el momento que los clientes ingresen al establecimiento se transmitirá y se reflejara una enorme gratitud por haber elegido el restaurante temático de futbol “C&E” para disfrutar de un ambiente tanto familiar como entre amigos, a la hora de disfrutar de un buen plato de comida y un excelente encuentro de futbol.

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	METAS	INDICADORES
Lograr captar el número de comensales necesarios para obtener resultados positivos en el flujo de caja del restaurante temático de futbol "C&E".	La temática y el servicio que tendrá el restaurante "C&E" será parte fundamental para el cumplimiento del objetivo, puesto que, a partir de la decoración y la innovación de cada plato, se pretende ofrecer un espacio diferente en el que los posibles comensales salgan de lo común y creen experiencias nuevas en el momento de compartir y degustar un plato de comida.	Ofrecer distintas promociones, como descuentos por subir una historia etiquetando al restaurante "C&E", presentar tiquetes de los últimos tres platos que consumieron, superiores a \$10.000 y plato gratis por acertar al marcador del encuentro y anotadores.	Mayor interacción y comunicación con los posibles clientes del restaurante temático de futbol "C&E".
Posicionar al Restaurante temático de futbol "C&E" en el Top Of Mind de los restaurantes en el municipio de Jamundí, a partir de cada una de las estrategias establecidas en el plan de mercadeo.	A partir de los resultados obtenidos de la muestra, es preciso señalar que las redes sociales serán parte fundamental para el cumplimiento de este objetivo, puesto que en ellas es donde se realizaran las distintas promociones y ofertas de servicio del restaurante, las redes que se utilizaran son; Instagram, Facebook y WhatsApp, debido a que son las que más tiempo invierten las personas durante el día.	Consolidar las redes sociales del restaurante temático de futbol "C&E" como una de las más visitadas y de más tendencia en el municipio de Jamundí y alrededores.	Innovación tecnológica en el servicio gastronómico. Mayor cobertura con los posibles clientes.
Tener alta participación en el sector gastronómico del municipio de Jamundí en un mediano y largo plazo.	-Desarrollar productos que satisfagan las necesidades de los posibles clientes. -Crear una campaña de marketing adecuada para el restaurante "C&E". -Desarrollar un plan de incentivos para el equipo de trabajo.	Satisfacer cada una de las necesidades y deseos inmediatos de los posibles clientes, ofreciendo un servicio diferente de lo tradicional.	Diferenciación frente a la competencia, en el servicio y decoración del restaurante.

Aprovechar los eventos como la Copa del Mundo, UEFA Champions League y las principales ligas del mundo para incrementar el consumo en el restaurante temático de futbol “C&E”,	-Realizar promociones en cada uno de los eventos que se transmitirán en el restaurante como; finales de Champions League, Europa League, Libertadores, copa del mundo y partidos de la selección Colombia.	Definir los jueves como día especial para las mujeres. Los viernes, sábados y domingos para los apasionados por el futbol (H – M)	Igualdad entre ambos sexos, sin excluir ninguno; puesto que hacen parte de los posibles clientes del Restaurante temático de futbol “C&E”

Fuente: Elaboración de los autores del proyecto

21 Objetivos, estrategias, metas e indicadores estratégicos.

Política de calidad

Nuestra política de calidad está basada en el firme compromiso con cada uno de los clientes, con el objetivo de satisfacer plenamente sus requerimientos y expectativas, basada en una cultura de integridad personal, creatividad e innovación, productividad y desarrollo del recurso humano.

- **Integridad Personal:** Disciplina, orden, respeto, humildad y honestidad.
- **Creatividad e Innovación:** Parte del reto diario, para el mejoramiento continuo de todos los procesos.
- **Productividad:** Manejo de recursos humanos y materiales.
- **Recurso Humano:** Motor para el cumplimiento de cada una de las metas y objetivos de la empresa.

Ofrecer un servicio innovador en el restaurante temático de futbol “C&E”, basado en la preparación, presentación y decoración del plato para los clientes.

Establecer un proceso de higiene en cada una de las áreas del restaurante, como cocina, equipos, alimentos y grupo de trabajo.

Alcanzar un servicio rápido y eficiente, si dejar a un lado los procedimientos que se deben tener con el cliente como, por ejemplo, la atención, amabilidad y buen comportamiento.

Ofrecer una carta de servicio variada para los clientes.

Brindar un producto sano de excelente calidad, sabor y nutritivo para cada uno de los clientes.

Satisfacer las necesidades y deseos tanto de los clientes, como grupos de interés.

Compromiso con las normas de calidad del restaurante temático de futbol "C&E".

Estructura

36 Organigrama



- Administrador (1) El cargo varía entre Carlos Orozco y Edwin Cano.
- Contador (1) Sera un staff (externo).
- Cocineros (2).
- Ayudantes de cocina (1) Brindara apoyo durante la semana a los cocineros.
- Meseros (2) dos por zona.
- Cajero (1) Manejo de la caja principal del restaurante.
- Oficios varios (1) Toda la semana.
- **Total, personas 9.**

22 MANUAL DE FUNCIONES DEL RESTAURANTE TEMÁTICO DE FUTBOL “C&E”

ADMINISTRADOR	Tendrá la responsabilidad de llevar a cabo cada una de las actividades necesarias para alcanzar las metas establecidas en la organización. A demás de manejar y distribuir todos los recursos del Restaurante temático de futbol “C&E”, será la persona quien lidere y motive a los empleados a través de optimas tomas de decisiones.
CONTADOR	El encargado de llevar las cuentas del restaurante “C&E” tanto de los ingresos como los egresos de la empresa, balances, etc. Esta persona será alguien externo del restaurante (Staff)
COCINEROS	Especializados en todo tipo de comida, tanto gourmet como parrilla.
AYUDANTE DE COCINA	Brindar apoyo en cada una de las tareas que requiera el cocinero principal.

MESEROS	Recibir a los clientes que ingresan al restaurante temático de fútbol “C&E” con total amabilidad y proceder con la asignación de mesa correspondiente. Además son los encargados de llevar y recoger los platos, agregando que tienen la obligación de informar el menú del día.
CAJERO	Es el encargado de la caja principal del restaurante, tendrá la responsabilidad de manejar caja menor y caja fuerte del negocio.
OFICIOS VARIOS	Persona encargada de mantener en óptimas condiciones el restaurante, es decir barrer, trapear, lavar loza, limpiar los baños, limpiar la cocina y sacar la basura.

Aspectos legales

Constitución legal del Restaurante temático “C&E”

Para la legalización del Restaurante temático de fútbol “I&C”, según la cámara de comercio estamos clasificados como una sociedad, la cual puede constituirse por escritura pública o por documento privado.

Ahora bien, se debe hacer consultas previas a la matrícula mercantil y constitución de una sociedad comercial, para ello se debe tener en cuenta estos requisitos:

- Verificar que no figuren nombres ya registrados ante cámara y comercio.
- Establecer la actividad económica que va a desarrollar la sociedad.
- Confirmar en Departamento Administrativo de Planeación Municipal, que la actividad económica se pueda desarrollar en el lugar.

TRÁMITES PARA LA FORMALIZACIÓN (Camara de comercio)

1. Diligenciar el formulario de Registro Único Empresarial.
2. Diligenciar el formulario adicional de registro con otras entidades. CAE
3. Diligenciar el formulario de Registro Único Tributario de la Dian.
4. Elaborar documento de constitución: Escritura pública o privado.
5. Elaborar cartas de aceptación de cargos.

Los documentos para presentar para la matrícula mercantil son los que se mencionaron anteriormente dentro de los trámites para la formalización, es decir: Registro Único Empresarial, formulario adicional de registro con otras entidades. CAE, Registro Único Tributario de la Dian, documento de constitución: Escritura pública o privado, cartas de aceptación de cargos. Además, se debe presentar, Fotocopia del documento del representante legal o apoderado, Fotocopia de un recibo público fotocopiado. Todo esto debe ser verificado al momento de presentar los documentos.

Formalización del Rut

De acuerdo con la resolución 012383 de 29 de noviembre de 2011, una vez hecho el trámite de inscripción de registro mercantil, para dicha formalización el representante legal debe presentar ante la (DIAN) lo siguiente:

- Formulario 1648 “Información Número Identificación Tributaria”.
- Certificado de existencia y representación legal expedido por la Cámara de Comercio.
- Constancia de la titularidad de la cuenta corriente o de ahorros activa con fecha de expedición no mayor a un mes (1) en una entidad vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia o último extracto de esta.

Afiliación a la aseguradora de riesgos profesionales (ARP)

Algunas de ellas son: suramericana, Allianz Seguros, Agencia de seguros Bonanza.

Una vez elegida la aseguradora (ARP) el empleador debe llevar una solicitud de vinculación de la empresa al sistema general de riesgos profesionales, la cual no tiene ningún costo por la ARP, dependiendo el grado y la clase de riesgo de las actividades de la empresa, ellos establecen la tarifa de riesgo la cual es un porcentaje total de la nómina y debe ser asumida por el empleador, este valor debe ser pagado cada mes.

Régimen de seguridad social

El empleador deberá inscribir a una entidad promotora de salud (EPS) a cada uno de sus trabajadores, ellos podrán escoger a que entidad desean vincularse (Cooomeva, Medimas, Nueva EPS, Salud total, Sura EPS, etc.) Una vez elegida el empleador debe adelantar el proceso de afiliación tanto de la empresa como del trabajador, mediante la diligencia de formularios, los cuales son suministradoras por la entidad seleccionada.

Ahora bien, el formulario de afiliación del trabajador deberá estar diligenciado tanto en original, como en dos copias, el original para la EPS, una copia para el empleador y la otra para el trabajador. El porcentaje total de aportes a salud es del 4% por parte del trabajador y un 8,5% el empleador.

Fondo De Pensiones Y Cesantías

El empleador debe afiliar a los miembros de la empresa al fondo de pensiones, el cual el trabajador podrá elegir. Una vez seleccionada se llena la solicitud de vinculación, para luego ser suministrada en el fondo. Ya vinculado el trabajador deberá pagar mensualmente un 4% y el empleador el 12%.

Aportes parafiscales

Son pagos que el empleador está obligado a cancelar sobre el valor de la nómina mensual, a través de la caja de compensación familiar para:

- Subsidio
- ICBF
- Sena

Para llevar a cabo la afiliación, se debe adquirir un formulario en la caja a la cual se desea afiliarse (Comfandi) donde adjunto le harán entrega de formulario de afiliación Sena e ICBF.

Las empresas deberán pagar los siguientes porcentajes a la caja de compensación:

- ICBF: 3% del total devengado
- Sena: 2% del total devengado
- Caja de compensación: 4% del total devengado.

Por otro lado, se debe contar con los siguientes requisitos:

- **Concepto sanitario:** Todo establecimiento debe contar con las condiciones sanitarias que describe la Ley 9 de 1979, la cual protege el medio ambiente, suministro de agua y salud ocupacional. Para ello se debe pedir el formulario (Cali saludable).
- **Certificados de manipulación de alimentos** (Alcaldía de Cali): Es de carácter obligatorio para todos los empleados que manipulen los alimentos dentro del establecimiento, este se debe renovar anualmente.
- **Lista de precios:** La lista de precios debe hacerse público, ya sean en empaques o lista visible.

Plan estratégico

Sistema de negocio

De acuerdo con el CIIU (Camara de comercio) que describe las actividades económicas, se puede observar que, en el sector gastronómico, los restaurantes tienen como código el número 5611 - expendio a la mesa de comidas preparadas.

Ahora bien, analizando el sector restaurantero en el municipio de Jamundí, se encuentra que la mayoría de los establecimientos están ubicados estratégicamente en puntos fuertes, como lo son las zonas de Ciudad Sur, La 14 de Alfaguara y la vía Jamundí-Potrero. Esto a su vez obliga al restaurante temático de futbol “C&E” a tener una estrategia diferenciadora frente a los demás restaurantes, que permita generar un impacto dentro de la población y es por ello que a partir de la temática que se le dará al establecimiento, en este caso que es el futbol, se pretende captar un gran nicho de mercado, que permita a largo plazo la aceptación por parte de los consumidores.

Por otra parte, el sistema de negocio del restaurante temático “C&E” permitirá conocer el proceso mediante el cual funciona, es decir, si es un modelo tradicional, de franquicias o por redes de mercado, todo esto con el objetivo de generar ganancias en la organización. En el caso del restaurante “C&E” se definió que será el siguiente modelo:

- **Modelo tradicional:** Al ser una idea de negocio diseñada por ambos autores, cuenta con objetivos claramente definidos para un periodo de tiempo estipulado, en los que se pretende cumplir con cada uno de ellos. Cabe resaltar que este sistema será revisado periódicamente con la finalidad de verificar su correcto funcionamiento.

Es importante mencionar que el restaurante temático de futbol “C&E” desarrolla este tipo de modelo, puesto que el objetivo principal es verificar que cada una de las estrategias que se plantearon sean competitivas dentro del mercado que

se quiere penetrar, debido a que la mayoría de establecimientos gastronómicos compiten a través de dichas estrategias para obtener de igual modo una posición dentro del sector, es claro tener en cuenta que la posición en el mercado queda reflejado en el indicador más sencillo y directo; las ventas, es decir, a mayor ventas, mejor posición.

Estrategia de asociatividad

En la actualidad cada vez se hace más difícil para las pymes actuar de manera individual en un mercado tan competitivo, dado por el insuficiente tamaño y las dificultades operativas para alcanzar los resultados deseados.

Ahora bien, este modelo asociativo surge como un mecanismo de cooperación que conlleva a la generación de valor a partir de la solución de problemas originados por falta de economías de escala; es decir la insuficiencia del tamaño de las empresas hace realmente difícil la incorporación de tecnologías, la penetración a nuevos mercados y el acceso a la información.

Por otra parte, esta estrategia de asociatividad permite la implementación de procesos colectivos que tienen como objetivo alcanzar los niveles competitivos de las grandes empresas, esta estrategia se caracteriza por estos dos factores:

- Independencia de los participantes.
- Autonomía gerencial de las empresas asociadas.

Para el Restaurante temático de fútbol “C&E” es una estrategia muy importante puesto que los insumos para la preparación de los alimentos serán directamente con pequeños productores de la región. Es por eso que surge la necesidad de asociatividad con este grupo de trabajadores, puesto que el propósito es potenciar tanto los productos locales, como asegurar la calidad de los alimentos en el restaurante.

37 Cadena de valor



Este modelo de asociatividad entre el restaurante temático de fútbol “C&E” y los pequeños productores de la región da solución a problemas como:

- Reducción de costos
- Mejor posicionamiento en los mercados
- Incremento de productividad
- Desarrollo de economías de escala
- Desarrollo de nuevos productos
- Mejor negociación con clientes y proveedores
- Accesos a recursos materiales y humanos especializados.

Gastos del personal

23 Nómina mensual

CARGO	PAGO	SUELDO	SALARIO NETO
Gerente	Mensual	\$ 1.400.000	\$ 1.288.000,00
Contador	Mensual	\$ 1.000.000	\$ 1.017.032,00
Cocineros	Mensual	\$ 1.000.000	\$ 1.937.032,00
Ayudante de cocina	Por día trabajado	\$ 35.000	\$ 731.170,40
Meseros	Por día trabajado	\$ 27.604	\$ 1.175.193,45
Cajero	Por día trabajado	\$ 35.000	\$ 731.170,40
Oficios Varios	Mensual	\$ 828.116	\$ 858.898,72
			\$ 7.738.496,97

24 Gastos de Constitución

CONCEPTO	DESCRIPCION	VALOR
Forma de constitución	-Matricula persona Jurídica	\$131.000
Actividad económica	5521 expedido a la mesa de comidas preparadas	\$0
Concepto de uso de suelo en el CAM	A la secretaria de planeación debe otorgar un permiso donde se establezca la ubicación del establecimiento, determinando su viabilidad dentro del sector de acuerdo con el plan de ordenamiento territorial.	\$0 Vía virtual
Registrar la empresa ante el registro mercantil, obtener el certificado de existencia y representación legal, de igual modo registras los libros de la empresa en el centro de atención empresarial de la cámara de comercio.	El centro de atención empresarial de la cámara de comercio permite fusionar en un solo paso y en el mismo lugar los siguientes tramites: • Registrar la empresa y el establecimiento comercial ante el registro mercantil. • Obtener copia del certificado de existencia y representación legal. • Comprar y registrar los libros de la empresa. • Registrar la empresa en el registro único tributario (RUT) de la DIAN y obtener el número de identificación tributaria (NIT) provisional para poder abrir cuenta bancaria. • Constitución de sociedad e impuesto de registro con cuantía.	-Formulario de registro mercantil \$4.500 -Impuesto de registro con cuantía \$70.000 -Inscripción de los libros \$12.000 -Constitución de sociedad \$34.000
Apertura de cuenta bancaria	Abrir una cuenta bancaria una vez este registrada la empresa y se obtenga el PRE- RUT.	\$0
Registrar la empresa en el sistema de seguridad social	Para llevar a cabo los contratos dentro de la empresa se debe registrar el sistema de seguridad social.	\$0

Registro ante el INVIMA	Certificación de venta libre en formato OMS; certificación de venta libre con observaciones específicas por registro sanitario, permiso sanitario, permiso de comercialización, notificación sanitaria obligatoria o notificación sanitaria de alimentos.	\$88.280
Solicitud visita de secretaria de salud municipal	Solicitar la visita de la secretaria de salud para expedir el concepto sanitario del restaurante.	\$39.258
Certificación de seguridad	Es expedido por el respectivo departamento de bomberos, busca que el establecimiento de comercio cumpla con las normas de seguridad.	Dos S.M.D.L.V \$49.181
		Total, COP \$ 428.219

ANÁLISIS FINANCIERO Y ECONÓMICO

En este capítulo se abordará todo el tema de la inversión económica que se requiere para el desarrollo de la idea, en el cual, se establecen algunos parámetros que aportan con el análisis de los escenarios proyectados de los flujos de caja y los indicadores económicos, de acuerdo con resultados obtenidos durante el desarrollo del proyecto los cuales, sirven para sustentar y apoyar su estructura.

25 Inversión inicial

Descripción	Costo de la inversión
Equipos	\$24.436.494,0
Decoración, vajilla y utensilios	\$4.176.700,0
Ambientación y diversión	\$455.000,0
Seguridad y equipos de apoyo	\$1.250.980,0
10% imprevistos	\$3.031.917,4
Inversión en tangibles	\$33.351.091,4
Adecuación y otros gastos	\$4.905.198,0
Total, inversión	\$38.256.289,4

La tabla anterior muestra el costo total de la inversión inicial requerida para desarrollar el proyecto, este total se desagrega en el costo de los equipos requeridos para la preparación, conservación, distribución y presentación de los alimentos, mesas y sillas, equipos electrónicos para llevar registro de ingresos y egresos de dinero, equipos de vigilancia y seguridad, costo de adecuar el local de acuerdo a las características específicas determinadas para el restaurante temático de futbol C&E y por ultimo un colchón financiero para los imprevistos no tenidos en cuenta (ver plantilla financiera, INVERSION INICIAL).

26 Costo materia prima

Plato	Costo en materia prima
1	8.164,80
2	9.081,30
3	7.214,60
4	6.416,70
5	6.240,00
6	12.112,60
Costo promedio de materia prima	8.205,00

El cuadro anterior muestra a partir del análisis de seis platos, el costo promedio de materia prima requerido para la preparación de un plato de comida, el resultado es de \$8.205 pesos por plato.

Luego de determinar el costo promedio de materia prima y al saber qué es lo que se requiere para la preparación de los platos, en relaciona a la MP, se establece el inventario inicial requerido el cual, se refiere a todo los insumos necesarios para la preparación de los platos durante un periodo previamente definido, para efectos del proyecto, arrojó la suma de \$684.760(ver plantilla Análisis financiero y económico, pestaña Inventario inicial MP) y su adquisición se definió en periodos semanales por cuestiones de las características senescentes de los insumos.

27 Costos fijos y otros

COSTOS DE ADMINISTRACION		
CONCEPTO	VALOR MENSUAL	GASTO ANUAL
ALQUILER	\$ 850.000	\$ 10.200.000
GAS	\$ 60.000	\$ 720.000
ENERGIA	\$ 90.000	\$ 1.080.000
AGUA	\$ 85.000	\$ 1.020.000
INTERNET, TV Y TELEFONO	\$ 110.000	\$ 1.320.000
SUELDOS	\$ 7.738.497	\$ 92.861.964
TOTAL	\$ 8.933.497	\$ 107.201.964

OTROS COSTOS

PUBLICIDAD	\$ 155.000	\$ 310.000
OTROS GASTOS ADMON	\$ 200.000	\$ 600.000
MANTENIMIENTO EQUIPOS	\$ 200.000	\$ 400.000
VIATICOS	\$ 100.000	\$ 1.200.000
TOTAL	\$ 655.000	\$ 2.510.000

Las tablas anteriores muestran los costos fijos y otros, que se estiman para el restaurante temático de futbol C&E; cabe resaltar que los costos fijos se generan sin tener relación alguna con la producción, es decir, independiente de cuanto se produzca los costos se mantienen igual, aunque en el caso del gas y el agua, son costos fijos pero poseen cierta variación de acuerdo al consumo, por lo cual el costo se determinó teniendo en cuenta la variación máxima que puede llegar a tener, estos costos suman \$9,233,497 mensuales.

28 Nómina mensual

CARGO	SALARIO NETO
Gerente	\$ 1.288.000,0
Contador	\$ 1.017.032,0
Cocineros	\$ 1.937.032,0
Ayudante de cocina	\$ 731.170,4
Meseros	\$ 1.175.193,4
Cajero	\$ 731.170,4
Oficios Varios	\$ 858.898,7
TOTAL	\$ 7.738.497,0

29 Aportes

APORTE	TOTAL
SEGURIDAD SOCIAL	\$ 1.679.144,0
PRESTACIONES SOCIALES	\$ 1.531.875,0
APORTES PARAFISCALES	\$ 718.880,0
TOTAL, MENSUAL	\$ 3.929.899,0

Los cuadros anteriores muestran el costo mensual relacionado a la nómina de toda la fuerza de trabajo del restaurante, esta es liquidada bajo los parámetros dictaminados por la ley respecto a los recargos por las horas nocturnas, dominicales diurnos y dominicales nocturnos (véase plantilla de Excel, NOMINA y APORTES), además del análisis de todas las deducciones que establece la ley como la seguridad social, prestaciones sociales y los aportes parafiscales.

30 Depreciación

Descripción	Vr Total	Vida Útil/año	Depreciación anual
Equipos	\$ 24.436.494,00	10	\$ 2.443.649,40
Vajilla y utensilios	\$ 4.176.700,00	10	\$ 417.670,00
Equipos electrónicos	\$ 455.000,00	10	\$ 45.500,00
Equipos de seguridad y equipos de apoyo	\$ 1.250.980,00	10	\$ 125.098,00
total			\$ 3.031.917,40

La tabla depreciación muestra la disminución del valor de los bienes por razones del desgaste por el pasar del tiempo y el uso que se le da, el tiempo útil promedio de estos es de 10 años, lo que quiere decir que estos deben ser reemplazados al llegar al límite de su vida útil.

Musculo económico necesario

Al tener claro cuánto es el monto de dinero necesario para la puesta en marcha del proyecto, se prosigue con el análisis de cómo se puede obtener dicho monto, existen varias formas de obtener la financiación del proyecto, unas más convenientes que otras, algunas son préstamos bancarios, préstamos a personas naturales, capital inversionistas, capital propio, en otros.

Para efecto del restaurante temático de futbol C&E, el monto de dinero necesario para la implementación del proyecto es:

31 Inversión requerida del proyecto

DESCRIPCION	COSTO
INVERSION ACTIVOS FIJOS	\$ 30.319.174,0
INVERSION ADECUACION ESPACIOS	\$ 4.905.198,0
INVERSION INVENTARIO INICIAL	\$ 684.759,6
PAGO DE ARRENDOS	\$ 850.000,0
	\$ 36.759.131,6
COLCHON DE SEGURIDAD 10%	\$ 3.675.913,2
TOTAL, INVERSION REQUERIDA	\$ 40.435.044,8

La inversión requerida es de \$40.435.044,8, de los cuales casi el 25% es aporte de los socios es decir \$10.000.000 repartido entre los dos socios, el dinero restante se decide obtener a partir de un préstamo bancario (ver plantilla de Excel, TABLA DE AMORTIZACION) cuyas características son las siguientes:

32 Amortización del crédito

MONTO PRESTAMO	\$ 30.435.044,8
INTERES MENSUAL	2,17%
PERIODOS MENSUALES	36
CUOTA FIJA MENSUAL	\$ 1.226.895
CUOTA FIJA ANUAL	\$ 14.722.745,28

La anterior tabla muestra los resultados de la amortización del monto que se pretende obtener a partir de un préstamo bancario por \$30.435.044,8, dicho préstamos se liquida con una tasa de interés mensual de 2,17% a 3 años, pagando una cuota fija mensual de \$1.226.745,28 mil pesos.

33 Costo y precio de venta

CALCULO DEL COSTO DE VENTA		
MP	MATERIA PRIMA	\$ 8.205,00
MOD	MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 1.388,89
CIF	SERVICIOS PUBLICOS UTILIZADOS	\$ 300,00
	MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ 1.458,33
	CVU	\$ 11.352,22
	MARGEN %	93,00%
	MARGEN EN PESOS	\$ 10.557,57
	PV	\$ 21.909,79
	PRECIO CON AJUSTE A PESO	\$ 22.000,00

La tabla anterior muestra el costo total que vale la producción de un plato de comida en el restaurante temático de futbol C&E, este se calcula a partir de los costos unitarios requeridos de materia prima, mano de obra directa e indirecta y los costos indirectos de fabricación, el resultado obtenido es de \$11,352,22 mil pesos. A partir del costo de venta unitario, se da paso a la determinación del precio de venta al público o el precio de venta unitario, este análisis se realiza teniendo en cuenta que el precio subsane los costos unitarios de producción y adicional, sea un precio competitivo en el mercado, luego de tener presente estos parámetros, se obtiene el precio de venta por \$22.000 pesos, el cual representa un margen de ganancia del 93% respecto a los costos de producción y frente al mercado, es un precio competitivo comparado con restaurantes que poseen unas características similares al del proyecto.

Punto de equilibrio

El cálculo del punto de equilibrio ayuda a determinar las cantidades de platos que se deben vender para lograr conseguir que se subsanen los costos fijos, este cálculo se determina a partir de la fórmula:

$$\frac{\text{Costos Fijos}}{\text{PVU}-\text{CVU}}$$

Para efecto del proyecto del restaurante temático de futbol C&E, el resultado se calculó para periodos mensuales; teniendo en cuenta que el negocio se abriría al público de miércoles a domingo en un horario de 8 horas, de 4:00pm hasta las 12:00m, este horario se determinó dado que son los días de mayor apogeo en el mercado de comidas en el municipio de acuerdo con la percepción que se obtuvo; el resultado obtenido fue de 978,63 platos mensuales.

38 Punto de equilibrio

C.V.U.	\$ 11.352
%Margen	93,00%
P.V.U.	\$ 22.000

Costos Fijos	Mensual	Anual
Arrendamiento	\$ 850.000,00	\$ 10.200.000,00
Servicios Públicos	\$ 345.000,00	\$ 4.140.000,00
Depreciación	\$ 252.659,78	\$ 3.031.917,40
cuota fija prestamos	\$ 1.234.101,20	\$ 14.809.214,37
Sueldos	\$ 7.738.496,97	\$ 92.861.963,63
Total Costos fijos	\$ 10.420.257,95	\$ 125.043.095,40

Cálculo de Punto de Equilibrio

Costos Fijos	\$ 10.420.257,95	\$ 125.043.095,40
PVU-CVU	\$ 10.647,78	\$ 10.647,78

	Mensual	Anual
Punto de Equilibrio en Ca	978,63	11743,58613

Prueba

Ingresos (Q X PVU)	\$ 21.529.907,90	\$ 258.358.894,81
Menos CVT (QxCVU)	\$ 11.109.649,95	\$ 133.315.799,41
Menos Costos Fijos	\$ 10.420.257,95	\$ 125.043.095,40
Utilidad (Ingresos menos	0	0

La tabla anterior muestra el cálculo del punto de equilibrio en cantidades para el proyecto del restaurante temático de futbol en periodos mensuales, al trasladar este resultado al número de platos diarios que se requieren vender,

sería un promedio de 48 platos pero (20 días laborales), dado que existe mayor apogeo en algunos días en especial los fines de semana, el cálculo se determina semanal dado que se espera que en unos días se venda más que en otros y estos días compensen la apertura de los de menor apogeo se presenta, por lo cual la meta mínima que se fija a la semana para no generar perdidas ni ganancias sería la venta de 244 platos semanales (Miércoles a Domingo)

Escenarios proyectados

Al construirse todo el análisis de los requerimientos económicos del proyecto del restaurante temático de fútbol C&E, se continua con el análisis de escenarios proyectados de acuerdo con los resultados obtenidos en el desarrollo del proyecto, en estos se tiene en cuenta variaciones que se pueden presentar en indicadores económicos como la inflación y el aumento porcentual de los salarios en periodos anuales.

Inicialmente se realiza el análisis de los indicadores de la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Presente Neto (VPN) proyectados a 5 años, considerando que la inflación oscile en 4% y la variación porcentual de salarios sea de 5,8%, este dato se obtiene del promedio de aumento del salario en los 5 últimos años, al determinar estos valores, se pasa a realizar el análisis de los escenarios proyectados descritos a continuación:

Escenario realista

La proyección de este escenario es a 5 periodos o 5 años, en este escenario se determinan perdidas en el periodo uno, dado que se establece que por ser un negocio nuevo en el municipio, solo se logre completar el 97% de la meta anual en venta de platos, es decir solo se llegue a 11391 unidades vendidas (ver plantilla financiera, Escenario Realista), a continuación se presenta los flujos de caja obtenidos desde el periodo cero, es decir la inversión, hasta el año 5.

34 Resultados del escenario realista

Para efectos del ejercicio, en un escenario realista, considerando que es un establecimiento nuevo en el municipio de Jamundi, el primer periodo se lograra solo el 97 % de la cantidad que representa el punto de equilibrio.			Variacion promedio Anual de aumento del sueldo en Colombia 5,80%				
	MENSUAL	VENTAS 1 AÑO					
Punto equilibrio	11743,59	11391,27854					
Periodo	0	1	2	3	4	5	
%Inflación		4%	4%	4%	4%	4%	
Ingresos proyectados Inflacion + 3%		7%	7%	7%	7%	7%	
Cantidades		11391,28	12188,67	13041,87	13954,81	14931,64	
C.V.U.		11.352	11.806	12.279	12.770	13.280	
%Margen		93%	93%	93%	93%	93%	
P.V.U.		22.000	22.880	23.795	24.747	25.737	
Ingresos (QxPVU)		250.608.128	278.876.725	310.334.019	345.339.697	384.294.015	
Menos							
CVT (QxCVU)		129.316.325	143.903.207	160.135.489	178.198.772	198.299.593	
Costos Fijos							
Arrendamiento		10.200.000	10.608.000	11.032.320	11.473.613	11.932.557	
Servicios Públicos		4.140.000	4.305.600	4.477.824	4.656.937	4.843.214	
Depreciación		3.031.917	3.031.917	3.031.917	3.031.917	3.031.917	
Sueldos		92.861.964	98.247.958	103.946.339	109.975.227	116.353.790	
Cuota amortizacion de credito		14.809.214,37	14.809.214,37	14.809.214,37	14.809.214,37	14.809.214,37	
Total Costos fijos		125.043.095	131.002.689	137.297.615	143.946.908	150.970.693	
Utilidad (o pérdida)		-3.751.293	3.970.829	12.900.916	23.194.017	35.023.728	
Mas Depreciación		3.031.917	3.031.917	3.031.917	3.031.917	3.031.917	
Inversión Inicial	\$	(40.613.794,76)					
Total Inversión Requerida							
Capital propio	\$	10.000.000,00					
Préstamo requerido	\$	30.613.794,76					
Flujo de Caja		-40.435.044,76	-719.375	7.002.746	15.932.833	26.225.934	38.055.645
Indicador	Valor						
Tasa de descuento	10%						
VAN	\$ 18.032.421,84						
TIR	21%						
Recuperacion de inversion	4,822355707						

La tabla anterior muestra los resultados de los flujos de caja en este escenario, el periodo cero siempre será negativo dado que es el momento donde se realiza la inversión al proyecto, en el periodo 1 se obtiene un valor negativo dado que para efecto del proyecto y por causas ya definidas, solo se logra vender el 97% de la meta mínima anual que se establece es decir , el punto de equilibrio, en los siguientes periodos se ve como se subsanan los costos y el proyecto empieza a generar utilidades.

Estos resultados determinan la viabilidad del proyecto del restaurante temático de futbol C&E, dado que de acuerdo a los parámetros establecidos es cuanto al

resultado obtenido en los indicadores económicos, al obtener una VAN por \$18.281.599,47 da como resultado que el proyecto generara utilidades y es ejecutable financieramente y como complementario de este indicador, la TIR del 21% se traduce en que es la tasa con la cual se recupera lo que se invierte, lo cual permite concluir que el negocio es viable visto desde la perspectiva financiera y que manteniéndose los flujos de caja como se proyectaron, la inversión se recuperaría en un lapso de 4,8 años.

Escenario optimista

La proyección de este escenario es a 5 periodos o 5 años, en este escenario se determinan utilidades desde el periodo uno, dado que se establece que el negocio tendrá una buena aceptación de los clientes como se logró evidenciar en los resultados de la encuesta, por lo cual en el periodo 1 se define que se logra completar el 100% de la meta anual en venta de platos, es decir se llega sin ningún problema a 11.744 unidades vendidas (ver plantilla financiera, Escenario Optimista), a continuación se presenta los flujos de caja obtenidos desde el periodo cero, es decir la inversión, hasta el año 5.

39 Resultados del escenario optimista

Periodo	0	1	2	3	4	5
%Inflación		4%	4%	4%	4%	4%
Ingresos proyectados Inflacion + 3%		7%	7%	7%	7%	7%
Cantidades		11743,59	12565,64	13445,23	14386,40	15393,45
C.V.U.		11.352	11.806	12.279	12.770	13.280
%Margen		93%	93%	93%	93%	93%
P.V.U.		22.000	22.880	23.795	24.747	25.737
Ingresos (QxPVU)		258.358.895	287.501.778	319.931.979	356.020.306	396.179.396
Menos						
CVT (QxCVU)		133.315.799	148.353.822	165.088.133	183.710.074	204.432.570
Costos Fijos						
Arrendamiento		10.200.000	10.608.000	11.032.320	11.473.613	11.932.557
Servicios Públicos		4.140.000	4.305.600	4.477.824	4.656.937	4.843.214
Depreciación		3.031.917	3.031.917	3.031.917	3.031.917	3.031.917
Sueldos		92.861.964	98.247.958	103.946.339	109.975.227	116.353.790
Cuota amortizacion de credito		14.809.214,37	14.722.745,28	14.722.745,28	14.722.745,28	14.722.745,28
Total Costos fijos		125.043.095	130.916.220	137.211.146	143.860.439	150.884.224
Utilidad (o pérdida)		0	8.231.736	17.632.700	28.449.793	40.862.602
Mas Depreciación		3.031.917	3.031.917	3.031.917	3.031.917	3.031.917
Inversión Inicial	-40.613.795					
Total Inversión Requerida						
Capital propio		10.000.000				
Préstamo requerido		30.613.795				
Flujo de Caja	-40.435.045	3.031.917	11.263.654	20.664.618	31.481.710	43.894.519
Indicador	Valor					
TD	10%					
VAN	35.913.156					
TIR	31%					
Recuperacion de inversion en años	3,254330486					

La tabla anterior muestra los resultados de los flujos de caja en este escenario, el periodo cero siempre será negativo dado que es el momento donde se realiza la inversión al proyecto, en los siguientes 5 periodo, se obtienen ganancias las cuales van en aumento como se logra ver en la plantilla financiera, dado que se proyectó una variación en los ingresos por ventas del 3% por encima de la inflación y los costos se mantiene de acuerdo al porcentaje de inflacionario lo que da respuesta al aumento de las ganancias.

Estos resultados determinan la viabilidad del proyecto del restaurante temático de futbol C&E al igual que en el escenario Realista, dado que de acuerdo a los parámetros establecidos en cuanto al resultado obtenido en los indicadores económicos, al obtener una VAN por \$ 35.913.156, da como resultado que el proyecto generara utilidades y es ejecutable financieramente y como complementario de este indicador, la TIR del 31% se traduce en que es la tasa con la cual se recupera lo que se invierte, lo cual permite concluir que el negocio es viable visto desde la perspectiva financiera y que manteniéndose los flujos de caja como se proyectaron, la inversión se recuperaría en un lapso de 3,2 años.

35 Indicador financiero

PASIVO CORRIENTE	
TOTAL, PASIVO CORRIENTE	\$ 30.435.045

FORMULA	
\$ 53.764.144	ACTIVOS CORRIENTES
\$ 30.435.045	ACTIVOS PASIVOS
\$ 23.329.099	TOTAL, INDICADOR FINANCIERO

El indicador financiero al tener un activo corriente mayor que el pasivo corriente, señala que el restaurante temático de futbol "C&E" no tiene problemas de liquidez a corto plazo.

Índice de liquidez (liquidez corriente)

Compara el activo corriente con el pasivo corriente. FORMULA (Activo corriente/Pasivo corriente)

36 Resultado indicador de liquidez

FORMULA		
\$	53.764.144	ACTIVO CORRIENTE
\$	30.435.045	PASIVO CORRIENTE
	1,76652093	TOTAL, INDICE DE LIQUIDEZ

El índice de liquidez refleja que por cada \$ (COP) que deba el restaurante en el corto plazo, cuenta con \$1,76 para respaldar las obligaciones de deuda.

Prueba acida

Permite conocer el grado de liquidez que tiene la empresa. FORMULA (activo corriente - inventario) / Pasivo corriente.

37 Desarrollo prueba acida

FORMULA		
\$	53.764.144	ACTIVOS CORRIENTES
\$	4.905.198	INVENTARIOS
\$	30.435.045	PASIVO CORRIENTE
\$	2	TOTAL, PRUEBA ACIDA

El siguiente análisis de la prueba acida permite concluir que por cada peso que deba el restaurante, dispondrá de \$2 para pagar, es decir que está en condiciones de pagar la totalidad de sus pasivos a corto plazo sin vender ninguna de las mercancías, lo que llenaría de confianza tanto a proveedores como posibles acreedores.

40 Estado de resultados y balance general del restaurante tematico de Futbol C&E.

RESTAURANTE TEMATICO DE FUTBOL C&E
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO PERIODO 2019-2023

		PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
Ventas brutas	PVU: \$ 22.000	258.358.894,81	287.501.778,14	319.931.978,71	356.020.305,91	396.179.396,42
(-) Costo de ventas	CVU : \$11.352	133.315.799,41	148.353.821,58	165.088.132,65	183.710.074,02	204.432.570,36
Utilidad bruta	Unitaria: \$10.647	125.043.095,40	139.147.956,56	154.843.846,06	172.310.231,90	191.746.826,05
(-) Gastos		110.233.880,63	110.233.880,63	110.233.880,63	110.233.880,63	110.233.880,63
Utilidad operacional		14.809.214,77	28.914.075,93	44.609.965,43	62.076.351,27	81.512.945,42
Otros ingresos (Aporte socios)		10.000.000,00	10.000.000,00	-	-	-
(-) Gastos financieros		14.809.214,37	14.809.214,37	14.809.214,37	14.809.214,37	14.809.214,37
Utilidad antes de impuesto		10.000.000,40	24.104.861,56	29.800.751,06	47.267.136,89	66.703.731,05
(-) Impuesto	(8%) \$ 1.760	20.668.711,58	23.000.142,25	25.594.558,30	28.481.624,47	31.694.351,71
Utilidad Neta		- 10.668.711,19	1.104.719,31	4.206.192,76	18.785.512,42	35.009.379,34
(-) Pago de dividendos		0	0	3.154.644,57	14.089.134,32	26.257.034,50
Utilidades Retenidas o perdidas		- 10.668.711,19	1.104.719,31	1.051.548,19	4.696.378,11	8.752.344,83

RESTAURANTE TEMATICO DE FUTBOL C&E
BALANCE GENERAL PROYECTADO

ACTIVOS		PASIVOS	
Activos corrientes		Pasivos corrientes	
EFFECTIVO	10.000.000,0	Cuentas por pagar	684.759,6
INVENTARIO	684.759,6		
Inversion temporal	132.120,8		
TOTAL	10.816.880,4	TOTAL	684.759,6
Activos fijos		Pasivos no corrientes	
EQUIPOS	24.436.494,0	Prestamo Bancario	30.613.794,8
DECORACION, VAJILLAS Y UT	4.339.200,0		
AMBIENTACION Y DIVERSION	455.000,0	Patrimonio	
SEGURIDAD Y EQUIPOS DE AF	1.250.980,0	Capital	10.000.000,0
Total activos fijos	30.481.674,0		
Total activos	41.298.554,4	Total pasivos mas patrimonio	41.298.554,4

Las gráficas anteriores muestran el estado de resultados y el balance general esperado para el Restaurante temático de futbol C&E. se aprecia que el primer periodo se obtienen perdidas por \$10.668.711,19, y en los siguientes periodos si genera rentabilidad el negocio, esto se debe a que se proyecta el primer

periodo bajo unas condiciones pesimistas, sobre las cuales se puede influir para mejorar el resultado al cierre del año, se puede apoyar en aumento de ventas o un aporte adicional por los socios dado que se debe reconocer que la idea es nueva en un municipio donde ya está planteada la competencia.

Posterior a estos cambios, en los siguientes periodos se puede observar que al final del periodo fiscal, efectivamente el negocio empieza a generar utilidades y se puede considerar el pago de dividendos entre los socios.

Análisis de riesgos e intangibles

De acuerdo con el último ítem mencionado por el autor, plantea que su objetivo es “identificar las variables y los factores que están sometidos a una probabilidad importante de cambio, y estimar la magnitud potencial de dichos cambios más las acciones correctivas que se podrían tomar en caso de darse esas variaciones” (Varela , 2008)

En este análisis, se pretende identificar los posibles cambios o alteraciones que pueden presentarse en el desarrollo de las actividades del restaurante temático de futbol “C&E”, entre los riesgos más representativos y de mayor probabilidad de ocurrencia a los cuales puede enfrentarse el emprendedor y los cuales el autor menciona en su guía se encuentran:

Riesgos de mercado

En los riesgos de mercado del restaurante temático “C&E”, se debe tener en cuenta varios aspectos como los siguientes:

- Cambios en el sector
- Surgimiento de mejores productos o servicios
- Reducción de número de clientes
- Nuevos competidores
- Posición en el mercado

Ahora bien, el restaurante temático de futbol “C&E” es una idea innovadora dentro del sector gastronómico en el municipio de Jamundí, debido a que en la actualidad no hay un establecimiento que cuente con este tipo de características, es decir que tenga una temática en especial para su establecimiento.

Por otra parte, como es una idea innovadora se debe tener en cuenta el sector en el cual estará inmerso el restaurante “C&E”, debido a que este puede presentar variaciones por distintos factores como los cambios políticos del gobierno y los cambios macroeconómicos. Estos cambios comprenden alteraciones significativas en la economía de un país o en la política de una nación, los cuales se reflejarán directamente en cada uno de los sectores del mercado.

Ahora bien, es importante tener en cuenta que estos cambios pueden afectar tanto a las personas como a cualquier empresa que esté funcionando dentro del país, algunos de los cambios que podrían afectar directamente al restaurante temático de futbol “C&E” son:

- Impuestos
- Aumento o disminución de salarios
- Valorización o desvalorización de la moneda
- Cambios en política de Gobierno
- Regulaciones en el sector HORECA

De acuerdo con lo anterior, estos podrían ser algunos de los posibles cambios que se logren identificar en el desarrollo de las actividades del restaurante “C&E”, es decir, si suben los impuestos por ende se tendría que pagar más y cobrar más por cada uno de los productos para suplir las necesidades, igual como lo hace el gobierno cuando sube el salario mínimo, lo que genera para el restaurante un costo mayor.

Riesgos financieros:

El restaurante temático de fútbol “C&E” comenzara con préstamos que se solicitaran a los bancos que brinden una facilidad de pago en periodos de tiempo factibles, con el aporte inicial de ambos socios y las inversiones que posiblemente no generaran algún tipo de costo inmediato, lo que significa que dichas inversiones serán de parte de familiares, amigos y conocidos.

Ahora bien, los riesgos financieros que se pueden encontrar en el desarrollo de las actividades del restaurante corresponden a un numero de factores que deben ser atendidos puesto que a partir de ellos se definirán planes de contingencia con el objetivo de intervenir sobre el problema.

De acuerdo con lo anterior, el primer factor que ha llevado al crecimiento de los estudios de riesgo en los proyectos se debe a la inestabilidad económica en los mercados tanto de bienes como de servicios, los cuales presentan alteraciones como volatilidad en la tasa de cambio, volatilidad en la tasa de interés y la volatilidad en los precios de mercado. El segundo factor para considerar es el crecimiento de las actividades de negociación, las cuales han presentado una evolución considerable en el desarrollo de numerosos tipos de instrumentos, lo que ha facilitado las transacciones sobre activos previamente ilíquidos.

Ahora bien, el tercer factor es uno de los más esenciales para el desarrollo de las actividades del restaurante, este riesgo financiero hace referencia a la incertidumbre asociada al rendimiento de la inversión debido a la posibilidad de que la empresa no pueda hacer frente a sus obligaciones financieras, principal el pago de los interés y la amortización de las deudas, es decir, el riesgo se debe a un único factor como lo son las obligaciones financieras fijas en las que puede incurrir el negocio.

Por otra parte, se debe tener en cuenta dos variables muy importantes que pueden afectar el funcionamiento del restaurante, estas pueden ser tanto internas como externas:

Variables Internas: Pertenecen directamente al restaurante “C&E”, es decir que se pueden controlar por los administradores (Socios).

- Ingresos (actividad principal)
- Inversión
- Tasa de descuento adecuada para la inversión
- Rotación de cuentas por cobrar
- Niveles mínimos de caja para operar
- Financiación (COP)
- Costos
- Gastos

Variables externas: Estas no son controladas por la empresa, ni del administrador (socios) y pueden afectar directamente al restaurante temático de fútbol “C&E”.

- Tasa de interés
- Tasa de inflación
- Tasa de cambio
- PIB
- Niveles de ahorro e inversión
- Impuestos
- Riesgo de inversión en el sector
- Riesgo de inversión en el país

Por último, es importante destacar que dentro de los posibles riesgos que se pueden encontrar en el desarrollo de las actividades del restaurante “C&E” está el artículo 246 de la ley de financiamiento, que es un escenario que enfrentan las empresas con el impuesto al consumo que llega al 8% o el impuesto a las ventas que asciende al 19%. Este artículo estipula que las empresas que desarrollen actividad de comidas y bebidas bajo modelo de franquicia pueden

optar hasta el 30 de junio por inscribirse como responsables del impuesto sobre las ventas (IVA) (Republica, 2019)

Estudios complementarios del proyecto

Responsabilidad social

En el Restaurante temático de futbol “C&E” la responsabilidad social será un papel fundamental, puesto que se pretende contribuir más con la sociedad en cada uno de los entornos a los cuales se puede estar inmerso.

Por un lado, se pretende estimular la equidad de los productores de la región, es decir, se busca incentivar la asociatividad de esta población con los negocios de comida del municipio sin tener en cuenta las franquicias de restaurantes dado que, por políticas, no aceptan materia prima que no sea tratada por ellos, logrando así, que la economía de estos habitantes mejore y los negocios tengan disponible la materia prima requerida.

Por otro lado, el restaurante pretende realizar inversión de las utilidades en apoyo a las comunidades de bajo recursos brindándoles alimentos en excelente estado y de calidad, para alimentar a sus familias mientras logran encontrar una forma de auto sustentarse, claro está que es complicado eliminar todos sus problemas, pero si se puede aportar a esto.

Análisis del manejo ambiental

El sector gastronómico se considera de mediano impacto ambiental, por lo que no es tenido en cuenta para la aplicación de un sistema de gestión ambiental que contribuya a la preservación de los recursos naturales, pero aclarando que es muy importante en las empresas socialmente responsables.

Manejo de residuos

En el restaurante temático de futbol “C&E” los desperdicios son un tema sensible ambientalmente y para dar soluciones ante las posibles amenazas

ambientales, se ha decidido que el establecimiento contara con un sistema de separación de basuras es decir que estará distribuido de la siguiente manera:

- Residuos orgánicos
- Reciclajes
- Inorgánicos
- Vidrio
- Papel
- plástico

Como resultado de la aplicación de las buenas prácticas ambientales, se conseguirá:

- Reducir las pérdidas de materias primas
- Reducir el consumo de agua.
- Disminuir la generación de residuos y facilitar su reutilización.
- Comprimir el consumo de los recursos energéticos de toda índole.
- Mejorar las condiciones de seguridad y salud ocupacional de los trabajadores.
- Minimizar el efecto ambiental de las emisiones atmosféricas, de los ruidos y de los vertimientos de agua.
- Minimiza los costos de disposición final de desechos líquidos sólidos y gaseosos.
- Bajo consumo de Energía.
- Uso racional del Agua.
- Poca generación y tratamiento de vertimientos líquidos.
- Mínima generación de Residuos sólidos.
- Aprovechamiento y valoración de residuos.
- Bajo impacto de los productos.
- Máxima duración, Mínimo envase.
- Materia prima e insumos controlados.
- Mejora las relaciones de la empresa con las partes interesadas (autoridad ambiental, clientes, proveedores, usuarios y comunidad, empleados)

- Mejorar la imagen de la empresa ante los clientes, usuarios y los empleados
Confirmar

Aporte a la economía del municipio

Contribuir al fortalecimiento económico de los pequeños productores del municipio de Jamundí, a partir de la compra directa de materia prima como lo son las frutas, verduras, grano, etc. Esto a su vez permitirá que tanto ellos (campesinos) y el restaurante temático de futbol “C&E” se beneficien mutuamente en la parte económica a partir del intercambio de bienes y servicios.

Ahora bien, el restaurante temático de futbol “C&E” además de contribuir con los pequeños productores del municipio, será una fuente de empleo para todas aquellas personas que por diferentes circunstancias no han podido tener un puesto de trabajo en el cual puedan desarrollar cada una de sus habilidades, en cuanto a la gastronomía se refiere, es importante resaltar que esta fuente de empleo que pretende generar el restaurante temático de futbol “C&E” tendrá unos requisitos que van acorde con lo establecido por la ley Colombia, tres requisitos fundamentales además de otros requisitos propios del cargo, estas son:

- Debe ser mayor de edad +18
- Si es extranjero, debe contar con su debido permiso de trabajo y papeles que regulan su legalidad dentro del país.
- No tener problemas legales con la ley.

Lo que da a concluir que el restaurante temático de futbol aportara a la disminución de la tasa de desempleo y aportara al crecimiento económico del sector de restaurantes del municipio de Jamundí.

CAPÍTULO 4

Conclusiones

-El municipio de Jamundí Valle del Cauca, desde el año 2016 a la fecha actual, ha pasado por diferentes escenarios positivos y negativos en temas políticos, económicos, sociales, ambientales, entre otros, como se evidencia en el capítulo 2 del proyecto.

Continuando con el plano de los cambios en el municipio, se trata uno en especial el cual, es de suma importancia para el proyecto del restaurante temático de futbol C&E, es el crecimiento extraordinario de su población, el cual es fácil de percibir en cuanto al cambio que se ve, principalmente en las zonas que anteriormente eran verdes, ahora son construcciones o alguna constructora está desarrollando un proyecto de vivienda.

Este crecimiento poblacional ha vuelto atractivo al municipio para los inversionistas, dado que va de la mano con un número mayor de posibles clientes, actualmente, se puede apreciar que los establecimientos existentes en el municipio, por su capacidad instalada, no dan abasto para el número de clientes que los visitan.

Entrando en materia con el restaurante temático de futbol C&E, esta situación siendo bien utilizada, sería beneficiosa dado que al ser un restaurante diferente a lo que está acostumbrada la población del municipio y por el número de clientes proporcional al aumento de la población, da a entender que el escenario sería apropiado para lograr buenos resultados de la inversión, apoyados por los resultados positivos obtenidos en el análisis cuantitativo, por esta razón, los resultados obtenidos en cuanto a los entornos del municipio y el sector de la actividad económica a tratar, dan una hipótesis de éxito al proyecto de inversión formulado en la estructura del presente documento.

-Los resultados obtenidos en el desarrollo de la encuesta fueron positivos ante la idea del restaurante temático de futbol C&E en el municipio de Jamundí,

posterior a la interpretación de los resultados de dicho instrumento, se concluye que los clientes potenciales para el restaurante temático de futbol C&E lo conforman los habitantes del municipio que se encuentren en el rango de edad entre los 24 a 29 años y los ingresos mensuales de 1 a 2 salarios mínimos, esta conclusión se determina por varios factores propios del restaurante especialmente el precio de venta del menú, el cual va asociado en gran parte al poder adquisitivo de las personas.

Ahora bien, los resultados de la encuesta se pueden tornar a ser dudosos dado la cantidad de encuestados en la muestra (113 habitantes) frente a la población del municipio de más de 120 mil habitantes, por ende, se buscó identificar y realizar un benchmarking sobre las actividades y prácticas de los restaurantes exitosos del municipio, los cuales, serían competidores directos para el restaurante temático C&E, estos, se encuentran ubicados en puntos fuertes del municipio de Jamundí como lo son: El barrio Ciudad Sur y La 14 de Alfaguara lugares que cuenta con una amplia variedad en lo que a gastronomía se refiere, lo que obliga a que el restaurante temático de futbol esté atento frente a la competencia, debido a que son establecimientos que tienen posicionamiento y llevan tiempo en el sector gastronómico.

-Por otra parte, el análisis técnico ayuda a determinar los requerimientos respecto a toda la inversión inicial para la implementación de la idea, en temas de equipos, infraestructura, mano de obra, materia prima, insumos entre otros gastos necesarios para lograr el buen funcionamiento de la idea de negocio al ser desarrollada, y así, poder conocer cuál es el monto económico necesario y determinar la forma de financiarlo, ya sea a partir de capital propio, préstamos o una combinación de los dos.

Respecto al restaurante temático de futbol, se obtuvo el valor de la inversión inicial del proyecto, y se determinó que por el monto se financiaría una parte y la otra sería con capital propio aportado por cada socio, este análisis ayudo a conocer un valor cuantitativo de cuánto dinero se debe invertir para

implementar la idea. Ahora bien, por las características de los alimentos aquí utilizados, los planes de producción, consumo y compras se determinó en periodos semanales para asegurar la calidad de los productos, en conclusión, este análisis ayudo a formalizar y estructurar mejor toda la logística que se debe integrar a la idea de negocio y el valor que tiene hacerlo.

-Por otra parte, el análisis administrativo realiza un aporte a la cultura organizacional y a la estructura interna de la empresa, dado que se establecen la misión y visión de la empresa, las cuales son un poco codiciosas por el interés de los participantes del proyecto, se definieron los valores que serán pilares para integrarlos y ser aplicarlos por cada persona que compondrá la fuerza de trabajo, además de objetivos y estrategias establecidas que dan un orden hacia donde se quiere llegar y como se puede lograr.

Para el restaurante temático de futbol C&E, es muy importante tener definido para donde se quiere llegar y que métodos o estrategias son las apropiada para lograr este objetivo, por lo cual desarrollar estos análisis, aportaron a mejorar la estructuración de la idea, disponiendo de un orden, bajo un cual se registrará las actividades y los planes que se establecen para periodos de mediano y largo plazo.

Para complementar lo anterior, ya definido el microentorno de la empresa y la inversión económica requerida para implementar la idea de negocio, se prosigue a desarrollar el análisis financiero de la inversión, el cual arrojo resultados favorables que fortalecen la hipótesis de que el restaurante temático de futbol C&E, seria ser rentable.

Para iniciar con la interpretación de los resultados del estudio financiero, se expone un significado de los indicadores económicos que se utilizaron para evaluar en términos cuantitativos el proyecto a concluir.

Entre los indicadores se encuentra el VAN o Valor Presente Neto, el cual brinda al proyecto la respuesta a la pregunta ¿Es efectuable dicha inversión?, dicha respuesta depende del valor arrojado por el indicador, donde:

Si el VAN es mayor a cero, el proyecto genera utilidad bajo los resultados obtenidos de los flujos de caja.

Si el VAN es menor a cero, el proyecto tendría más gastos que ingresos, por lo cual el proyecto no es viable o debe reformularse bajo otras condiciones.

Si el VAN es cero, el proyecto simplemente está equilibrando sus ingresos con sus egresos, es decir, no se genera utilidades ni pérdidas en su desarrollo.

En los dos escenarios proyectados a cinco periodos, se obtiene una el VAN positivo, lo que indica que el proyecto genera utilidades y es efectuable realizar la inversión.

Otro indicador utilizado es la TIR o Tasa Interna de Retorno, este indicador permite conocer el valor y el riesgo que puede tener un proyecto de inversión dado que su función es calcular de manera porcentual la rentabilidad que puede ofrecer una inversión.

Adicional a los anteriores indicadores económicos, se realizó una prueba ácida que permite conocer el grado de liquidez que tiene el restaurante, se pudo evidenciar que por cada peso que deba, dispondrá de \$2 para pagar, es decir que está en condiciones de pagar la totalidad de sus pasivos a corto plazo sin vender ninguna de las mercancías, lo que llena de confianza tanto a proveedores como a posibles acreedores.

Los resultados arrojados en los indicadores reflejan que el negocio es viable, a partir del logro de las condiciones de los escenarios proyectados en el análisis financiero.

-Con el propósito de generar un impacto positivo en temas sociales y ambientales, en el restaurante temático de fútbol C&E se establece el manejo

ambiental de los desechos generados con el propósito de prevenir, mitigar, corregir y compensar los impactos más relevantes generados por las actividades del proyecto, factor que la sociedad ve positivo, adicional, se pretende crear una asociatividad con los productores rurales del municipio.

Con el desarrollo de la inversión del restaurante temático en el municipio de Jamundí, se generará empleo para 8 habitantes lo que ayudará a disminuir la tasa de desempleo del municipio y generar para esas familias una estabilidad económica.

- Es evidente que todos los proyectos implican un tipo de riesgo, estos se producen por el hecho de que la empresa lleva a cabo sus actividades en un entorno de incertidumbre, en el que carece de certeza sobre lo que pueda suceder en un futuro.

Ahora bien, el análisis de mercado permite identificar los posibles cambios o alteraciones que pueden afectar el desarrollo de las actividades, entre los riesgos que se pueden encontrar están inicialmente los cambios desfavorables en el sector, seguido por el surgimiento de mejores productos, reducción del número de clientes y surgimiento de nuevos productores en el mercado.

Por otra parte, el emprendedor debe contar con varias alternativas para solucionar un problema inminente por temas de cambio en el entorno macro y el micro de su empresa, por lo cual es fundamental que identifique los posibles cambios que se puedan presentar, debido a que estos pueden convertirse en un obstáculo a mediano y largo plazo, de acuerdo con esto, se deben definir planes de contingencia para intervenir sobre el problema.

Por último, el riesgo asociado con las decisiones financieras presenta un gran impacto en el desempeño del restaurante, puesto que su desconocimiento puede generar una desaparición del mercado, las decisiones de inversión y

financiación son relevantes en todos los aspectos, por ejemplo; el recurso humano, tecnología, etc.

Estas revisten complejidad debido a las condiciones cambiantes como:

- Riesgos de liquidez
- Tendencias de precios
- Riesgo de solvencia
- Riesgo de interés
- Riesgo de cambio

Recomendación

-En los proyectos de inversión es muy importante tener conocimiento previo del entorno y el sector en el cual se pretende incursionar, para lograr este objetivo, el emprendedor debe disponer de información cualitativa de su interés sobre momentos y escenarios que se han presentado en el municipio o región donde está ubicado y del sector que se relaciona con la actividad económica de su proyecto.

La anterior información debe tener relación con el proyecto, es decir, debe darle al emprendedor unas bases sobre cómo está el entorno y el sector actualmente, con el fin de ver las posibilidades de éxito que podría obtener una vez decida desarrollar su proyecto; claramente esta respuesta puede ser muy variable y poco representativa para el proyecto, pero le brinda al emprendedor las bases para continuar con la planeación del proyecto.

-Para realizar un apropiado estudio de mercado, es importante tener en cuenta varios puntos, pero no solo eso, sino tratar de innovar sobre estos puntos, dado que gran parte de los emprendedores simplemente los tienen presente, los aplican, pero de la misma forma que lo aplica los demás, es decir, no son creativos ni añaden algo propio.

Los puntos principales sobre este estudio a tener presente son:

Saber a qué mercado se pretende llevar el producto, lo que se interpreta en definir todas las características como estrato social, edad, rango de ingresos mensuales, ubicación, entre otras características, de la población que se tendrá en cuenta para la toma de decisiones de cambio, modificaciones, mejoras de la idea de negocio, de acuerdo con la interpretación de su conducta de compra y observaciones puntuales dadas por los clientes.

La interacción con esta población ya definida es muy importante para conocer que esperan los clientes, que les gusta, que les atrae, que es lo que llama su atención, cuáles son sus preferencias, como es su comportamiento a la hora de

comprar, todo esto para consolidarse y aplicarse lo mejor posible en el desarrollo de la idea. Luego de tener un conocimiento previo, a continuación, se debe definir las estrategias de cómo se pretende llevar el producto al cliente, como promocionarlo, que se debe tener en cuenta en la infraestructura del negocio, básicamente, la interacción con el cliente y el tomar los comentarios y observaciones de estas personas de forma constructiva, hará que cada vez se logre satisfacer mejor al cliente y superar sus expectativas.

Lo anterior consolida la importancia de tener en cuenta al cliente como un apoyo para tomar las decisiones en las empresas, dado que son ellos quienes tienen mayor experiencia práctica en el tema.

-Es sumamente importante saber hacia dónde se quiere ir, saber qué resultados se quieren obtener, como lograrlo, conocer cuánto se debe invertir económicamente para desarrollar la idea de negocio, tener claro que valores regularan el comportamiento y fortalecerá la cultura organizacional, es decir, es primordial que en todo proyecto se tenga un orden cronológico de cada actividad que se debe integrar para el desarrollo de la idea de negocio, esto para tener un mejor control sobre este y no verse involucrado en desorientaciones por desconocimiento de que hacer para lograr un objetivo planteado, comprometiendo la inversión que se va a realizar.

Por lo anterior el análisis técnico y administrativo de un proyecto, adquiere mucha importancia dado que, se empieza a cuantificar los requisitos para el buen desempeño de la idea de negocio, lo que lleva a un acercamiento a lo que realmente se necesitara para la puesta en marcha, por lo cual estos análisis se deben incluir en la estructura de un proyecto, para que el emprendedor tenga certeza o un previo conocimiento de a que se va a enfrentar, cuál es el musculo financiero que necesita, de saber hacia dónde ir y como lograrlo.

El musculo financiero requerido, es una barrera muy representativa que limita a los emprendedores por la razón de tener una idea de negocio, pero no contar

con el dinero para su puesta en marcha, en el otro extremo, algunos emprendedores disponen del dinero para efectuar su idea pero no estructuran bien el proyecto para conocer si en realidad puede ser viable, estos escenarios se presentan comúnmente en el mercado, por lo cual antes de hacer una inversión se deben evaluar las opciones y posibles resultados que se puedan obtener. Por lo anterior, la evaluación de los proyectos de inversión tanto de forma cuantitativa como cualitativa, pueden lograr disminuir el riesgo de perder la inversión que se tiene pensado realizar.

Para determinar la viabilidad de un proyecto de inversión inicialmente es importante tener conocimiento del mercado, como se mueve, cuáles son las actividades económicas que mejores resultados obtienen, conocer la ubicación geográfica que más atractiva es para el negocio teniendo en cuenta las restricciones de la ley, todo esto con el fin de conocer en primera instancia y de forma cualitativa, las posibilidades de éxito que pueda tener determinado proyecto de inversión.

Luego de conocer dichas variables, se entra en las bases que estructuran una respuesta con mayor precisión y confiabilidad a la pregunta que debe formularse siempre el emprendedor ¿Este negocio o inversión, en realidad es viable desde el punto de vista cuantitativo?, para apoyar esta respuesta existen varios indicadores que el emprendedor debe formular y encontrar su resultado como el VAN, la TIR, prueba acida, liquidez entre otras.

Sin el debido análisis de estos indicadores, el inversionista entra a un limbo respecto a los resultados que pueda obtener que en muchas ocasiones hará que su inversión sea obsoleta. Por esta razón, es importante que todo negocio se estructure antes de desarrollarse, es decir, se debe considerar todos los posibles riesgos que tiene la inversión y conocer que hacer en caso de contingencias, para ello, el estudio previo de factibilidad de una inversión teniendo en cuenta resultados cualitativos y cuantitativos, apoyarían a que el emprendedor logre conocer el riesgo que pueda tener la inversión que va a

realizar y de este modo, tener certeza de que su inversión generaría rentabilidad o debe considerar cambiar de proyecto.

- En el análisis de riesgo se deben identificar las variables y los factores sometidos a una probabilidad importante de cambio y estimar la magnitud potencial de cambios más las acciones correctivas que se podrían tomar en caso de presentarse esas variaciones.

Evaluar la rentabilidad de la inversión es la primera forma de minimizar el riesgo, teniendo en cuenta que a más información se tenga sobre lo que se quiere invertir, menor será el riesgo. Por otra parte, se deben utilizar herramientas para la gestión del riesgo financiero con el objetivo de mitigar los cambios que se puedan presentar en el desarrollo de las actividades.

- Para la implementación de las medidas de manejo de residuos propuestas en el documento, se recomienda establecer los costos, que no necesariamente debe ser una elevada cantidad de dinero, sino los necesarios para poner el plan en marcha, todo esto ligado a un cronograma de actividades para verificar su debido cumplimiento. Ahora bien, para la evaluación y seguimiento del plan de manejo de residuos, se pretende crear una serie de indicadores, que permitan observar el comportamiento de cada una de las medidas de manejo ambiental que se llevaran a cabo en el restaurante temático de futbol “C&E”.

Por otra parte, los residuos orgánicos pueden tener un aprovechamiento ambientalmente adecuado, si son enviados a un proceso de biodegradación biológica o de compostaje, con una empresa destinada a estas actividades. Los residuos orgánicos no podrán almacenarse por más de 8 días ya que se corre el riesgo de proliferación de vectores y malos olores.

Bibliografía

AFP. (11 de Diciembre de 2015). *Los puntos clave del proyecto de acuerdo de París sobre clima*.

Obtenido de EL ESPECTADOR: <https://www.elespectador.com/noticias/medio-ambiente/los-puntos-clave-del-proyecto-de-acuerdo-de-paris-sobre-articulo-604840>

Aguado , P. (2008). *La guía del emprendedor, de la idea a la empresa*. Valencia: AJEV.

Aizega , J. (27 de Agosto de 2016). *El campesino*.

Ajuntament de Barcelon. (2017). *Emprendimiento*. Obtenido de Ajuntament de Barcelona: <http://ajuntament.barcelona.cat/joves/es/canal/emprenedoria>

Alcaldia de Cali. (s.f.). Obtenido de http://www.cali.gov.co/salud/publicaciones/44326/f_riesgo_de_consumo/

Alcaldia de Jamundi. (2016). *Proyectos vigentes*. Obtenido de Alcaldia de Jamundi: <http://www.jamundi.gov.co/Proyectos/Paginas/Proyectos-Vigentes.aspx>

Alcaldia de Jamundi. (2017). Obtenido de Jamundi: <http://www.jamundi.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-Municipio.aspx>

Alto comisionado de la paz. (11 de Noviembre de 2016). *ACUERDO FINAL PARA LA TERMINACIÓN DEL CONFLICTO Y LA CONSTRUCCIÓN DE UNA PAZ ESTABLE Y DURADERA* . Obtenido de <http://www.altocomisionadoparalapaz.gov.co/procesos-y-conversaciones/Documentos%20compartidos/24-11-2016NuevoAcuerdoFinal.pdf>

Arango , M. (2 de Febrero de 2018). *El tiempo*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/>

Arango, M. (2 de Febrero de 2018). *El tiempo*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/>

Arcila , S. (18 de Mayo de 2017). *El ESPECTADOR*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/noticias>

Barcelona Activa. (2017). *Guía de financiación*. Obtenido de Barcelona Activa.

Barreto, C. (25 de Enero de 2017). *Portafolio*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/>

Blank, S., & Dorf , B. (2013). *El manual del emprendedor*. España: Grupo planeta España.

Cali saludable . (s.f.). Obtenido de http://calisaludable.cali.gov.co/saludPublica/2014_Solicitud_Concepto_Sanitario.php

Camara de Comercio. (s.f.). Obtenido de <http://www.ccc.org.co>

Camara de comercio . (s.f.). Obtenido de <http://www.ccc.org.co/tramites-de-registros-publicos/registros-publicos/runeol/tramites-runeol/matricula/personas-juridicas/>

- Camara de comercio* . (s.f.). Obtenido de <http://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/>
- Camara de Comercio de Bogota. (2017). *Tecnologia=eficiencia para su restaurante*. Obtenido de Camara de Comercio de Bogota: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Gastronomia/Noticias/2017/Abril/Tecnologia-Eficiencia-para-su-restaurante>
- Camara de Comercio de Jamundi. (14 de Febrero de 2018). *Informes economicos*. Obtenido de Camara de Comercio de Cali: <https://www.ccc.org.co/file/2018/02/Informe-Economico-N97-Balance-2017-perspectivas-2018.pdf>
- Casillas, T., & Marti, J. M. (2002). *Guia para la creacion de empresas*. Madrid.
- Colprensa. (25 de Mayo de 2017). *Capturan en España a exdirector del Hospital de Jamundí, acusado de corrupción*. Obtenido de EL PAIS: <https://www.elpais.com.co/judicial/capturan-en-espana-a-exdirector-del-hospital-de-jamundi-acusado-de-corrupcion.html>
- Comision Europea. (2016). *Acuerdo de Paris*. Obtenido de Comision Europea: https://ec.europa.eu/clima/policies/international/negotiations/paris_es
- Confecamara. (02 de Febrero de 2018). *El tiempo*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/>
- contraloria valle del cauca*. (s.f.). Obtenido de <http://www.contraloriavalledelcauca.gov.co/publicaciones.php?id=39524&dPrint=1>
<http://www.contraloriavalledelcauca.gov.co/publicaciones.php?id=39524&dPrint=1>
- Coquillat, D. (10 de Febrero de 2017). Obtenido de El periodico digital de los restaurantes: <https://www.diegocoquillat.com/tag/periodico-digital/>
- Cordoba, H. N., & Lemus, M. C. (2016). *Estudio de factibilidad para la creacion de una empresa dedicada a la promocion de eventos corporativos en la ciudad de Tuluá*. Tuluá Valle del Cauca.
- Corporacion Colombiana Digital. (2 de Marzo de 2017). *5 acciones en tecnología para lograr un restaurante más eficiente*. Obtenido de Colombia Digital: <https://colombiadigital.net/actualidad/bytes/item/9561-5-acciones-en-tecnologia-para-lograr-un-restaurante-mas-eficiente.html>
- Cruz Kronfly, F. (s.f.). *Consideraciones generales sobre el entorno cultural*. Obtenido de Biblioteca Digital Univalle: <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/8132/1/consideraciones%20generales%202.pdf>
- Cruz Kronfly, F. (s.f.). *Consideraciones generales sobre el entorno cultural* . Obtenido de Biblioteca Digital Univalle:

<http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/8132/1/consideraciones%20generales%202.pdf>

DANE. (28 de Diciembre de 2017). *Indicadores básicos de tenencia y uso de tecnologías de la información y comunicación en empresas*. Obtenido de DANE:

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/tic/bol_empresas_2016.pdf

Departamento nacional de planeacion. (6 de Junio de 2017). *Ficha de caracterizacion territorial*. Obtenido de

<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Territorial/FIT/PDF/76364.pdf>

Departamento Nacional de Planeacion. (2017). *Fichas territoriales*. Obtenido de Gobierno de Colombia DPN: <https://terridata.dnp.gov.co/#/perfiles>

DIAN . (s.f.). Obtenido de

<https://www.dian.gov.co/tramitesservicios/Impuestos/Paginas/default.aspx>

DINERO. (28 de 3 de 2018). *Se registró leve alza en la tasa de desempleo en febrero de 2018*.

Obtenido de DINERO : <https://www.dinero.com/economia/articulo/tasa-de-desempleo-en-colombia-en-febrero-de-2018/256839>

DirecTV . (2018). *Planes*. Obtenido de DirecTV: <http://www.directv.com.co/paquetes/planes-de-television/>

DirecTV. (2018). *Planes*. Obtenido de DirecTV: <http://www.directv.com.co/paquetes/planes-de-television/>

DNP. (Junio de 2019). *Fichas de caracterizacion territorial*. Obtenido de Departamento Nacional de Planeacion: <https://terridata.dnp.gov.co/#/perfiles/76364>

DPN. (2019). *Ficha territorial*. Obtenido de Departamento de Planeacion Nacional: <https://terridata.dnp.gov.co/#/perfiles/76364>

Drucker , P. (1986). *La innovación y el empresario innovador, la práctica y los principios*. Buenos Aires : Sudamericana S.A.

Dupin, G. (18 de Mayo de 2017). *EL ESPECTADOR*. Obtenido de <https://www.elspectador.com/noticias>

Dupin, G. (18 de Mayo de 2017). *EL ESPECTADOR*. Obtenido de <https://www.elspectador.com/noticias>

El Pais. (1 de Septiembre de 2017). *Alcalde de Jamundí se entregó a la Fiscalía por presunta corrupción en contratos*. Obtenido de El Pais: <https://www.elpais.com.co/judicial/alcalde-de-jamundi-se-entrego-a-la-fiscalia-por-presunta-corrupcion-en-contratos.html>

El pais. (1 de Abril de 2018). *Jamundí se posiciona como el municipio más atractivo para invertir en el Valle del Cauca*. Obtenido de El Pais: <https://www.elpais.com.co/informacion-comercial/jamundi-se-posiciona-como-el-municipio-mas-atractivo-para-invertir-en-el-valle-del-cauca.html>

EL TIEMPO. (2 de Octubre de 2016). *Polarización del país, reflejada en resultados del escrutinio*. Obtenido de EL TIEMPO: <https://www.eltiempo.com/politica/proceso-de-paz/resultados-plebiscito-2016-42861>

EL TIEMPO. (27 de Junio de 2017). *Jefe anticorrupción de la Fiscalía le pidió 500 millones a Lyons*. Obtenido de EL TIEMPO: <https://www.eltiempo.com/justicia/investigacion/capturan-al-director-anticorrupcion-de-la-fiscalia-103158>

Escuela online de marketin gastronomico. (20 de Marzo de 2014). *Nuevas tecnologias en restaurantes*. Obtenido de Escuela online de marketin gastronomico: <http://escuelamarketingastronomico.net/nuevas-tecnologias-en-restaurantes-como-ayudan-a-subir-las-ventas-en-hosteleria/>

Espinoza Galvez, G. (9 de Junio de 2006). *La cadena productiva y los sistemas de producción*. Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/la-cadena-productiva-y-los-sistemas-de-produccion/>

Freire, A. (2005). *Pasión por emprender, de la idea a la cruda realidad*. Bogota : Norma.

Gobernacion del Valle. (2017). *Cultura*. Obtenido de Gobernacion del Valle: <http://www.valledelcauca.gov.co/cultura/publicaciones.php?id=40899>

Gobierno de Colombia. (2017). *Ficha territorial*. Obtenido de Gobierno de Colombia: <https://terridata.dnp.gov.co/#/perfiles>

Gomez , M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Brujas.

Gudiño, H. (2018). *Los mejores restaurantes temáticos del mundo*. Obtenido de El souvenir: <https://elsouvenir.com/los-mejores-restaurantes-tematicos/>

Informacion comercial. (1 de Abril de 2018). *Jamundí se posiciona como el municipio más atractivo para invertir en el Valle del Cauca*. Obtenido de El pais: <https://www.elpais.com.co/informacion-comercial/jamundi-se-posiciona-como-el-municipio-mas-atractivo-para-invertir-en-el-valle-del-cauca.html>

- Jamundi . (31 de Mayo de 2016). *Acuerdo No. 006* . Obtenido de Municipio de Jamundi:
<http://www.jamundi.gov.co/Transparencia/PlaneacionGestionControl/Plan%20de%20Desarrollo%20Municipal%202016%20-%202019,%20Jamund%C3%AD%20una%20ciudad%20para%20vivirla.pdf>
- Jamundi. (12 de Enero de 2016). *Acuerdo No 001*. Obtenido de Municipio de Jamundi:
<file:///C:/Users/luisi/Downloads/acuerdo%2001-2016.pdf>
- Longenecker, J., Petty, W., Palich, L., & Hoy, F. (2012). *Administracion de pequeñas empresas*. Cengage learning inc.
- Lozano Garzon, R. (5 de Febrero de 2018). *US\$ 14.000 millones, meta de la inversión extranjera en el país*. Obtenido de EL TIEMPO : <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/meta-de-inversion-extranjera-en-colombia-para-2018-178808>
- Lozano Garzon, R. (Febrero de 5 de 2018). *US\$ 14.000 millones, meta de la inversión extranjera en el país*. Obtenido de EL TIEMPO: <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/meta-de-inversion-extranjera-en-colombia-para-2018-178808>
- Malhotra, N. (2004). *INVESTIGACION DE MERCADO*. Mexico.
- Medina C., M. A. (26 de Noviembre de 2017). *¿Cómo va Colombia en desarrollo tecnológico?* Obtenido de EL ESPECTADOR: <https://www.elespectador.com/economia/como-va-colombia-en-desarrollo-tecnologico-articulo-725235>
- MINAMBIENTE. (s.f.). *Gestión de Proyectos y Fondos del Sector Ambiental*. Obtenido de MINAMBIENTE:
<http://www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article/1154-plantilla-areas-planeacion-y-seguimiento-35>
- MINCULTURA. (19 de Diciembre de 2017). *Legado histórico del Ministerio de Cultura para el Valle del Cauca*. Obtenido de MINCULTURA:
<http://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Paginas/Legado-hist%C3%B3rico-del-Ministerio-de-Cultura-para-el-Valle-del-Cauca.aspx>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (10 de Julio de 2000). *Ley 590 de 2000*. Obtenido de MINCIT:
<http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=24356&name=Ley590de2000.pdf&prefijo=file>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (21 de Febrero de 2017). *Política Nacional de Emprendimiento*. Obtenido de MINCIT:

http://www.mincit.gov.co/minindustria/publicaciones/16435/politica_nacional_de_emprendimiento

Moreno, A. (4 de Mayo de 2015). *Portafolio*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/>

Noticieron 90 minutos. (1 de Septiembre de 2017). *Alcalde de Jamundí deberá responder ante la Fiscalía por presuntos casos de corrupción*. Obtenido de 90 minutos: <https://90minutos.co/alcalde-de-jamundi-debera-responder-ante-la-fiscalia-por-presuntos-casos-de-corrupcion/>

OACP. (2018). *Comunicados conjuntos en los diálogos entre el Gobierno y el ELN*. Obtenido de OFICINA DEL ALTO COMISIONADO PARA LA PAZ: <http://www.altocomisionadoparalapaz.gov.co/dialogos-eln/Paginas/Comunicados-conjuntos/Comunicados-Conjuntos-Dialogos-ELN.aspx>

Perez, A. (2007). Fundamentos y metodología de la investigación. En A. Perez. Mexico: Pearson Educacion.

Ponce, L. (10 de Febrero de 2017). Obtenido de El periodico digital de los restaurantes: <https://www.diegocoquillat.com/tag/periodico-digital/>

Porter, M. (1987). Analisis estructural de las industrias. En M. Porter. Mexico: Editorial Patria.

Pymex . (16 de febrero de 2016). Obtenido de <https://pymex.com/>

Redaccion medioambiente. (3 de Enero de 2016). *El 2016 será un año de grandes desafíos ambientales*. Obtenido de EL TIEMPO: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16472101>

Republica, L. (5 de Febrero de 2019). *Claridad ante pago de impuesto al consumo o IVA* .

Revista DINERO. (21 de 7 de 2016). *Porcentaje de empresas nuevas creció 17% entre enero y junio*. Obtenido de Dinero: <https://www.dinero.com/empresas/articulo/aumento-creacion-de-empresas-en-colombia-en-el-primer-semester/226000>

Revista Diners . (27 de Noviembre de 2017). Obtenido de <https://revistadiners.com.co/>

Revista Diners. (21 de Junio de 2017). Obtenido de <https://revistadiners.com.co/>

Rodriguez, G. P. (2014). *Universidad del Valle*. Obtenido de Biblioteca digital univalle: <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/10050/1/CB-0520915.pdf>

Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hill Education.

Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hill Education.

- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hill Education.
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill Latinoamerica.
- Sasson, H. (27 de Agosto de 2016). *El campesino* .
- Schumpeter , J. (1997). *Teoría del desenvolvimiento económico, una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y ciclo económico*. Mexico : Fondo de cultura economica.
- Schumpeter, J. (1997). *Teoria del desenvolvimiento economico, una investigacion sobre ganancias, capital, credito, intereses y ciclo economico*. Mexico: Fondo de cultura economica.
- Schumpeter, J. (1997). *Teoria del desenvolvimineto economico, una investigacion sobre ganancias, capital credito, intereses y ciclo economico*. Mexico : Fondo de cultura economica.
- Semana Sostenible. (4 de Enero de 2017). *Los problemas ambientales que deben resolverse en el 2017*. Obtenido de Semana sostenible: <https://sostenibilidad.semana.com/medio-ambiente/articulo/los-problemas-ambientales-que-deben-resolverse-en-el-2017/36789>
- Semana Sostenible. (1 de Enero de 2017). *Los problemas ambientales que deben resolverse en el 2017*. Obtenido de Semana Sostenible: <https://sostenibilidad.semana.com/medio-ambiente/articulo/los-problemas-ambientales-que-deben-resolverse-en-el-2017/36789>
- SENA. (26 de Marzo de 2009). *Acuerdo 4 de 2009*. Obtenido de http://normograma.sena.edu.co/normograma/docs/acuerdo_sena_0004_2009.htm
- SENA. (s.f.). *Fondo emprender*. Obtenido de UAO: <http://www.uao.edu.co/emprendimiento/wp-content/uploads/2011/03/FONDO-EMPRENDER.pdf>
- Sevilla, N. (29 de Junio de 2015). *10 beneficios de ser vegetariano*. Obtenido de HUFFPOST: https://www.huffingtonpost.com/nany-sevilla/beneficios-ser-vegetariano_b_7687050.html
- Silvestrini Ruiz, M., & Vargas Jorge , J. (Enero de 2008). Obtenido de FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIAS, SECUNDARIAS Y TERCARIAS: <http://ponce.inter.edu/cai/manuales/fuentes-primaria.pdf>
- Silvestrini Ruiz, M., & Vargas Jorge, J. (Enero de 2008). Obtenido de FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIAS, SECUNDARIAS Y TERCARIAS: <http://ponce.inter.edu/cai/manuales/FUENTES-PRIMARIA.pdf>

- Silvestrini Ruiz, M., & Vargas Jorge, J. (Enero de 2008). *FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIAS, SECUNDARIAS Y TERCIARIAS*. Obtenido de <http://ponce.inter.edu/cai/manuales/fuentes-primaria.pdf>
- Simon, H. A. (Junio de 2007). *HERBERT A. SIMON Y LA ECONOMÍA ORGANIZACIONAL*. Obtenido de Scielo: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-47722007000100007
- Stanton, F. (25 de Enero de 2017). *Portafolio*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/terridata>. (s.f.). Obtenido de Fuente; <https://terridata.dnp.gov.co/#/perfiles>
- terridata*. (s.f.). Obtenido de Fuente: <https://terridata.dnp.gov.co/#/perfiles>
- The Gourmet Journal. (2017). *Tendencias en marketing digital*. Obtenido de The Gourmet Journal: <https://thegourmetjournal.com/food-cost/7-%20tendencias-marketing-%20digital-restaurantes-%202017/>
- UNESCO. (2014). *Colombia*. Obtenido de UNESCO: <https://es.unesco.org/creativity/colombia-0>
- Valls, J. (2012). *Causas de fracaso de los emprendedores*. España: Netbiblo S.L.
- Varela , R. (2008). *Plan de empresa* . Cali: Pearson educacion.
- Varela Villegas, R. (2008). *ARTE Y CIENCIA DE LA CREACION DE EMPRESAS*. Cali, Colombia: Pearson Educacion.
- Vasquez , J. (2015). *El emprendimiento empresarial, la importancia de ser emprendedor*. CreateSpace Independent Plubishing Platform.
- Viniegra, S. (2007). *Entendiendo el plan de negocios*. Copyright.