

**CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDAS TÍPICAS
VALLECAUCANAS MI GENTE EN LA CIUDAD DE CALI**

**CLAUDIA PATRICIA CHACUA CHACUA
KAREN SOFIA GOMEZ VALENCIA**

**UNIVERSIDAD LIBRE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA
SANTIAGO DE CALI
2020**

**CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDAS TÍPICAS
VALLECAUCANAS MI GENTE EN LA CIUDAD DE CALI**

**CLAUDIA PATRICIA CHACUA CHACUA
KAREN SOFIA GOMEZ VALENCIA**

**Proyecto de grado para optar al título de profesional de
Contador Público**

**Docente de grado
Guillermo Gamboa Puerta**

**UNIVERSIDAD LIBRE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA
SANTIAGO DE CALI
2020**

Nota de aceptación

Firma del presidente de jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Santiago de Cali, 27 de enero 2020

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a mi familia por haber sido mi apoyo a lo largo de toda mi carrera universitaria, a mis compañeros y amigos que aportaron en vida profesional y personal.

Claudia Patricia Chacua Chacua

Este plan de negocio está dedicada a mi madre por haberme apoyado y formado durante todos estos años a mi hermana por su paciencia y comprensión a mí y esposo por ser una persona incondicional

Karen Sofia Gómez Valencia

AGRADECIMIENTOS

A Dios, porque me dio el conocimiento para poder aprender y a no desfallecer y llegar a la meta de ser una profesional, a cada uno de los profesores que nos brindaron tiempo y dedicación a mis padres y hermanos por ese amor fraternal e incondicional.

Claudia Patricia Chacua Chacua

Agradezco a Dios por guiarme en mi camino y por permitirme concluir con mi meta, a mi madre y esposo quienes son mi motor y mi mayor inspiración, por todo ese amor, comprensión y apoyo incondicional, y por último a todos los profesores de la universidad por transmitirme todo el conocimiento.

Karen Sofia Gómez Valencia

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN.....	13
ABSTRACT	14
INTRODUCCIÓN	15
1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	16
1.1 ANTECEDENTES Y FORMULACIÓN.....	16
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	16
1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	17
2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	18
2.1 PLANTEAMIENTO	18
3. OBJETIVOS	19
3.1 OBJETIVO GENERAL	19
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	19
4. JUSTIFICACIÓN	20
5. DISEÑO METODOLÓGICO.....	22
5.1 TIPO DE ESTUDIO.....	22
5.2 MÉTODO DE TRABAJO.....	22
5.3 FUENTES Y TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN .	22
6. ESQUEMA TEMÁTICO.....	23
.....	23
7. MARCO DE REFERENCIA	24
7.1 MARCO TEÓRICO	24
7.2 MARCO CONCEPTUAL.....	29

7.3 MARCO CONTEXTUAL	30
8. PLAN DE NEGOCIO	35
8.1 ANÁLISIS DEL MERCADO	35
8.1.1 Análisis del sector y de la compañía.....	35
8.1.2 Análisis del mercado propiamente dicho.....	39
8.2.1 Estrategias de Precio.....	44
8.2.2 Estrategias de ventas.....	44
8.2.3 Estrategia promocional	44
8.2.4 Estrategia de distribución.....	47
8.3 ANÁLISIS TÉCNICO	48
8.3.1 Plan de compras	49
8.4 ANÁLISIS ADMINISTRATIVO	50
8.4.1 Estructura Organizacional.....	50
8.5 ANÁLISIS LEGAL, AMBIENTAL, SOCIAL.....	56
8.6 ANÁLISIS ECONÓMICO.....	57
8.6.1 Inversión inicial	57
8.6.2 Capital de trabajo	59
8.6.3 Presupuesto de Ingresos.....	60
8.6.4 Costo de Venta.....	61
8.6.5 Presupuesto de materias primas, servicios e insumos	63

8.6.6 Presupuesto de Mano de Obra Directa	70
8.6.7 Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación.....	71
8.6.8 Presupuesto de otros gastos de Administración y Ventas.....	71
8.6.9 Deducciones tributarias.....	72
8.7 ANÁLISIS FINANCIERO.....	73
8.8 VIABILIDAD DEL PROYECTO.....	79
9. CONCLUSIONES	80
BIBLIOGRAFÍA	81

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Plan de Negocio.....	23
Figura 2. Mapa de Colombia.....	30
Figura 3. Mapa del Valle del Cauca.....	31
Figura 4. Mapa del Barrio Alfonso López de Cali.....	32
Figura 5. Número de restaurantes por zonas gastronómicas en Cali	36
Figura 6. Tasa de Mercado laboral.....	38
Figura 7. Mapa del Barrio Alfonso Lopez	41
Figura 8. Logo Restaurante de Comidas Típicas vallecaucanas Mi Gente.....	47
Figura 9. Proceso de la materia prima.....	48
Figura 10. Distribución del Establecimiento.....	49
Figura 11. Estructura Organizacional	50
Figura 12. Proceso Área de Cocina.....	51
Figura 13. Proceso Área de Ventas.....	53
Figura 14. Proceso de Área Admirativa.....	54
Figura 15. Procesos de Área de Servicios.....	55

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Algunos Restaurantes de Comidas Típicas Vallecaucanas en la ciudad de Cali ..	37
Tabla 2. Productos a Vender En el Restaurante Mi Gente.....	40
Tabla 3. Población total por rango de edad y Sexo.....	41
Tabla 4. Caracterización de la Población.....	42
Tabla 5. Ventas pronosticadas.....	45
Tabla 6. Manual de funciones área de Cocina	52
Tabla 7. Manual de funciones en el área de Venta.....	53
Tabla 8. Manual de funciones Área administrativa.....	54
Tabla 9. Manual de Funciones en el Área de servicios Generales.....	55
Tabla 10. Inversión inicial.....	57
Tabla 11. Activos fijos	58
Tabla 12. Gastos de Constitución.....	59
Tabla 13. Capital de trabajo	59
Tabla 14. Datos estadísticos.....	60
Tabla 15. Presupuesto de Ingresos	60
Tabla 16. Presupuesto de Ingresos En Pesos.....	61
Tabla 17. Tasa predefinida Año 1	61
Tabla 18. Costo de Venta Unitario Año 1	62
Tabla 19. Tasa predefinida Año 2	62
Tabla 20. Costo de Venta Unitario Año 2.....	62

Tabla 21. Tasa prederminada año 3	63
Tabla 22. Costo de venta Unitario año 3.....	63
Tabla 23. Presupuesto de Producción en Unidades.....	64
Tabla 24. Presupuesto de materia prima Sancocho de Gallina	64
Tabla 25. Presupuesto de materia prima Arroz Atollado.....	65
Tabla 26. Presupuesto de materia prima de Tamal Valluno	66
Tabla 27. Presupuesto de materia prima de Cazuela de Mariscos	66
Tabla 28. Presupuesto de materia prima de Agua de Panela	67
Tabla 29. Presupuesto de materia prima de Marranitas	67
Tabla 30. Presupuesto de materia prima de Aborrajados.....	67
Tabla 31. Presupuesto de materia prima de Tostados de Plátano	68
Tabla 32. Presupuesto de materia prima de Champús Valluno.....	68
Tabla 33. Presupuesto de materia prima de Lulada Valluna.....	68
Tabla 34. Presupuesto de materia prima de Manjar Blanco.....	69
Tabla 35. Presupuesto de materia prima de Arroz con Leche.....	69
Tabla 36. Presupuesto de compra de Materia	69
Tabla 37. Presupuesto de pago a proveedores.....	70
Tabla 38. Presupuesto de Mano de Obra Directa.....	70
Tabla 39. Presupuesto de C.I.F	71
Tabla 40. Gastos de Administración	71
Tabla 41. Gastos de Venta.....	72
Tabla 42. Impuesto al consumo del 8%	72
Tabla 43. Punto de Equilibrio	73

Tabla 44. Flujo de caja proyectado	74
Tabla 45. Estado de resultado y Ganancias acumuladas	75
Tabla 46. Estado de la Situación Financiera	77
Tabla 47. Viabilidad del Proyecto.....	79

RESUMEN

La gastronomía ha obtenido un crecimiento económico en el Valle del Cauca y es por eso donde se vio la oportunidad de emprender una idea de negocio.

Por ello el objetivo de esta idea de negocio es dar solución a esa necesidad que tienen el consumidor final que es el cliente de crear un espacio único, agradable para que las personas puedan celebrar, disfrutar, hablar y olvidarse por unos instantes de la rutina que agobia y consume a los seres humanos contribuyendo a un bienestar social y sea asequible para los diferentes estratos y población económica activa en la Ciudad de Cali del barrio Alfonso López.

Este plan de negocio se realizó con base al libro Innovación Empresarial Arte y Ciencia en la Creación de Empresas de Rodrigo Varela, donde parte de una investigación del mercado del sector y la compañía del restaurante de comidas típicas vallecaucanas de la Ciudad de Cali obteniendo un mercado objetivo, a quien va estar dirigido la idea de negocio, donde se va ubicar, cuáles son las estrategia que se van a implementar, cual es estructura organizacional ,el análisis ambiental de restaurante, como está estructurada la parte legal cual es el impacto social y financiera para el desarrollo e implementación del restaurante de comidas típicas vallecaucanas Mi gente en la ciudad de Cali.

ABSTRACT

Gastronomy has obtained economic growth in Valle del Cauca and that is why the opportunity to start a business idea was seen.

Therefore, the objective of this business idea is to solve the need that the final consumer has that is the client to create a unique, pleasant space so that people can celebrate, enjoy, talk and forget for a few moments of the routine that overwhelms and consumes human beings contributing to social welfare and is affordable for different strata and active economic population in the City of Cali in the Alfonso López neighborhood.

This business Plan was carried out based on the book *Business Innovation Art and Science in the Creation of Companies* by Rodrigo Varela, where part of an investigation of the sector market and the company of the typical food restaurant vallecaucanas of the City of Cali obtaining a target market, to whom the business idea will be directed, where it will be located, what are the strategies that will be implemented, what is the organizational structure, the environmental analysis of the restaurant, how the legal part is structured, what is the social impact and financial for the development and implementation of the typical food restaurant vallecaucanas *Mi gente* in the city of Cali.

INTRODUCCIÓN

Cuando se inició con el proyecto de la planeación de negocio” restaurante de comidas típicas vallecaucanas Mi Gente ” se hizo pensando en el crecimiento gastronómico que ha tenido el mercado en los últimos años y es donde se vio la oportunidad de negocio esperando obtener excelentes resultados económicos a mediano plazo, como también el desarrollo personal y profesional de los participantes.

“Los tiempos han cambiado” dicen algunas personas el tiempo pareciera que no rinde lo suficiente con todas las cosas cotidianas del hogar, del trabajo e incluso del ocio, de agotamiento físico, mental y esa necesidad de lo anterior, ha hecho que se cree un plan de negocio que sea enfocado en un restaurante de comidas típicas del Valle del Cauca en la Ciudad de Cali, una combinación única de varias recetas aprovechando la riqueza gastronómica que se tiene en la zona

Por lo tanto, este plan de negocio restaurante de comidas típicas vallecaucanas Mi Gente ubicado en la Ciudad de Cali será un espacio único, agradable para que las personas puedan celebrar, disfrutar, hablar y olvidarse por unos instantes de la rutina que agobia y consume a los seres humanos hoy en día, con un buen ambiente para las familias, amigos del barrio Alfonso López lugar donde se abrirá y también para los demás barrios aledaños gustando de un excelente servicio donde van a encontrar gran variedad de platos y bebidas. También se pretende con este plan de negocio mostrar todos los conocimientos adquiridos en la Universidad Libre, como profesionales para construir y desarrollar una idea de negocio llevando a cabo una serie de procesos organizados.

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.1 ANTECEDENTES Y FORMULACIÓN

La gastronomía en Colombia es un producto de mezcla de tres etnias principales que poblaron los territorios: indígenas, africanos, españoles. Este mestizaje define no solo la cultura si no la identidad gastronómica. Es así como existen una gran variedad de platos correspondientes a una mezcla de estas tres culturas. El alimento prehispánico estuvo marcado por el consumo de productos nativos provenientes de la agricultura y la caza, dentro de los cuales predominaban una variedad de tubérculos y frutas (Cocina Colombia).

Entre los siglos XVI y XIX a raíz del descubrimiento de América, nuevos ingredientes fueron adicionados a la alimentación indígena, formando las bases de la cocina andina colombiana. El arroz, las leguminosas, las carnes de cerdo, los embutidos, las especias, el azúcar y diferentes verduras, y diversas técnicas de cocción o preparación mediante utensilios, son algunos de los aportes de los españoles. Otros de los aportes fueron por los africanos, ya que ellos fueron traídos por los españoles cuando los indígenas iban muriendo por el trabajo tan pesado, ellos trajeron técnicas de cocción como la fritura, como los dulces en confitura, cereales apilados, salsas, comida de mar y tubérculos como el ñame y el plátano se amalgaman con el aporte indígena y español, creando así una identidad gastronómica para cada región colombiana (Cocina Colombia).

La gastronomía del Valle, los orígenes de la cocina vallecaucana se desarrollaron en el centro del Valle más concretamente en Buga, municipios aledaños y grandes haciendas hasta llegar a Cartago. La gastronomía vallecaucana una de las de las más ricas y diversas de toda Colombia, gusta de excelentes exquisiteces en todas sus delicadas recetas, que son elaboradas por las abuelas que a su vez transmiten sus conocimientos a su familia para conservar esta tradición que es y será ancestral. En la cultura gastronómica del Valle se encuentran platos típicos de la cultura afro colombiana y española impuestos en la época de la conquista, lo que enriquece aún más la gastronomía. (Henaó, 2009)

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo desarrollar un plan de negocio en la ciudad de Santiago de Cali, barrio Alfonso López tercera etapa, donde contribuya a un bienestar social, económico y cultural, fortaleciendo la cultura gastronómica del Valle del Cauca y respondiendo a las necesidades del mercado en esa zona y barrios aledaños?

1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

Para la creación del plan de negocio se determinará un método de investigación el cual permita el desarrollo de la idea de negocio respondiendo diferentes incógnitas que se generan durante el proceso

- ✓ ¿cómo realizar una estructura organizacional para poder determinar los costos y gastos durante el proyecto?
- ✓ ¿Qué proceso o método seguir según el desarrollo del plan de negocio
- ✓ ¿Qué tan importante es, según el entorno económico, social y cultural para el plan de negocio?
- ✓ ¿Cuál es el costo beneficio en la situación financiera de los participantes de este plan de negocio?

2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1 PLANTEAMIENTO

La ciudad de Santiago de Cali, capital del Departamento, ampliamente conocidos por ser la capital mundial de la salsa es el hogar de muchos de los mejores y más variados restaurantes no solo del Valle del Cauca sino de toda Colombia (Henao, 2009)

Cali, es también conocida como La Sultana del Valle, y se viene perfilando como el centro gastronómico del Pacífico Colombiano. Encontramos entonces gran cantidad y variedad de restaurantes en Cali que definen a la capital vallecaucana como un importante sector gastronómico y gourmet, como parte del panorama gastronómico nacional.

Cali se convirtió en el centro del mundo con los juegos mundiales del 2013, los cuales hicieron que se pusiera la mirada de muchos países en sus tradiciones, ritmos y sabores; así mismo los restaurantes y hoteles en Cali vienen superándose en calidad. Desde los World Games 2013 se dejó demostrado el calor humano, la salsa y la herencia del litoral pacífico, que tanto disfrutaron los turistas y deportistas. Los visitantes extranjeros se marcharon con un imborrable recuerdo y las ganas de pronto regresar. La mezcla interracial, la interculturalidad y el legado de empresarios y chefs viajeros amantes de la gastronomía mundial permitieron que se generaran zonas gastronómicas bien demarcadas. En la actualidad encontramos restaurantes en Cali de todo tipo, como por ejemplo restaurantes peruanos, argentinos, mexicanos; de comida oriental: comida japonesa y china; de comida mediterránea: española, italiana; comida libanesa y árabe; y finalmente comida típica vallecaucana. (D'toluca.com, 2017).

Con la anterior información podemos deducir que la creación del restaurante de comidas típicas vallecaucanas, en la ciudad de Santiago de Cali en el barrio Alfonso López tercera etapa es viable, debido a que en dicho sector no hay restaurantes enfocados en ese mercado.

Con esta opción de negocio se busca satisfacer las necesidades ya existentes en esa población, ya que para poder satisfacer esa necesidad se tenía que trasladar a los barrios o zonas donde este tipo de restaurantes se encuentran comúnmente.

Por otro lado, la creación del restaurante de comidas típicas en el barrio Alfonso López, da una visión de crecimiento, aumenta el mercado en la zona y también para la población de barrios aledaños generando un reconocimiento a nivel local.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un plan de negocio donde contribuya a un bienestar social cultural y económico en la ciudad de Santiago de Cali en el barrio Alfonso López tercera etapa y barrios aledaños, satisfacer las necesidades de la población, siendo asequible económicamente para los diferentes estratos y población económica activa.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

De acuerdo con el objetivo General se enfocarán los siguientes Objetivos específicos.

- ✓ Realizar análisis y evaluación del mercado de sector gastronómico de comidas típicas del valle del cauca
- ✓ Elaborar una estructura organizacional del restaurante en la Ciudad de Cali.
- ✓ Determinar un presupuesto para los costos estimados para el establecimiento del restaurante-.
- ✓ Realizar un análisis financiero para la toma de decisiones costo y beneficio en un restaurante en la ciudad de Cali.

4. JUSTIFICACIÓN

La falta de tiempo, el desplazamiento de un sitio a otro, la economía, días de descanso, y cambio de rutina son factores que los habitantes de diferentes sitios de la ciudad de Cali hacen que acudan a lugares como lo son los restaurantes y es, espacios donde pueden compartir en familia y amigos en un lugar donde se les brinde un excelente servicio y se ajuste a la economía de diferentes estratos sociales.

Existen necesidades fundamentales para el ser humano como lo es la subsistencia, la protección, el afecto, el entendimiento, la participación, la libertad, el ocio, la creación y la identidad debido a estas necesidades se recopiló la información para el planteamiento y desarrollo del plan de negocio restaurante.

El crecimiento de las ciudades, las dificultades de movilidad y el deseo de optimizar el tiempo, han aumentado la acogida de la comida rápida en latinoamérica. El 51% de los latinos afirma haber comido en establecimientos de este tipo en los últimos seis meses. Colombia está por encima del promedio regional, pues un 53% de los encuestados los frecuenta. Si bien comer fuera, implica dejar de comprar parte de los productos frescos en el mercado para preparar en casa, los minoristas pueden transformarse, ante esta tendencia creciente, para proteger su participación en el gasto de alimentos. La oferta de productos de calidad para cada momento del día, a precios razonables y fáciles de consumir, debe estar en la lista de servicios. (Nielsen, 2016).

La segunda opción de los colombianos cuando eligen el tipo de establecimiento son los restaurantes de comida casual (46%) y en tercer lugar los restaurantes formales (44%). El consumo de comida callejera es solo del 15% en el país, frente al 18% en la región y al 27% en el mundo. (Nielsen, 2016).

La gastronomía en Colombia según cifras de la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica (Acodrés), en 2017 nacieron más de 1.300 empresas dedicadas a este negocio, un renglón que mueve aproximadamente \$36 billones anuales (dinero, 2018).

La sultana de los 1.000 sabores, como reconocen a Cali, los expertos chefs internacionales, se ha impuesto con su oferta gastronómica en uno de los destinos más atractivos para los extranjeros, por su deseo de volver a las raíces y fusiones contemporáneas (LA REPUBLICA, 2018).

Según datos de la entidad, se estima que en tan solo Cali, hay más de 5 millones de restaurantes, sin embargo, entre los más destacados en platillos y lugares de alto turmequé se encuentran: El Escudo del Quijote, La Zarzuela, Carambolo, Platillos Voladores, Café Pacífico, Dolce Stella, Falso Olivo, Vinos del Río, la Comitiva, Historias de amor,

Gastroteca, Antigua Contemporánea, Faro Peñón, Zahavi , Turk Houses, entre otros (LA REPUBLICA, 2018).

La apertura de formatos casuales, la personalización y estilo de los restaurantes sigue conquistando el gusto de los caleños aficionados a la buena comida. Se ha pasado de lo clásico, restaurantes a manteles, a diseños y escenarios más auténticos que evoquen los estilos de personalidad de los vallecaucanos. Según el Chef Danny Pinzón, del Restaurante la Zarzuela del Hotel Spiwak Chipichape, cada vez más la cocina caleña se abre a ofrecer variedad de comidas y platillos que destacan la personalidad y el buen gusto de sus visitantes y ciudadanos (LA REPUBLICA, 2018).

Debido al crecimiento gastronómico que se ha evidenciado en los últimos años y la necesidad de las personas en acudir a estos lugares ya sea por falta de tiempo o por salir de la rutina y la apuesta de crear empresa aplicando los conocimientos adquiridos en la universidad se plantea la propuesta de un plan de negocio de comidas típicas de la Ciudad Cali ubicado en el barrio Alfonso López.

El barrio Alfonso López es un sector con un gran número de habitantes donde existe variedad de locales el cual se vuelve un lugar concurrido observando que no tiene competencia porque estos restaurantes tienen como posicionamiento en otros barrios como Granada con más de 20 años en el campo, Ciudad Jardín, San Antonio por arquitectura y tradición y por último la zona del parque del perro que ofrecen un servicio de comidas rápidas.

Este plan de negocio requiere tener una guía en cuanto a la estructura y creación de un restaurante el cual deberá estar compuesto por varios factores como un estudio de mercado, un análisis del producto, un análisis financiero y contable para poder que esta propuesta se lleve a cabo de forma organizada y que tenga el resultado esperado.

5. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1 TIPO DE ESTUDIO

El tipo de estudio a realizar es descriptivo ya que permitirá realizar un análisis de datos como características demográficas, identificar conductas sociales, también se acudirá a usar técnicas para la recolección de la información, establecer comportamientos el cual genera una hipótesis final según los objetivos propuestos, el análisis y evaluación del mercado, la estructura organizacional, el presupuesto y análisis financiero.

5.2 MÉTODO DE TRABAJO

El método de trabajo para la realización del plan de negocio es el método inductivo, es un proceso utilizado para sacar conclusiones generales partiendo de hechos particulares, este método se basa en la observación.

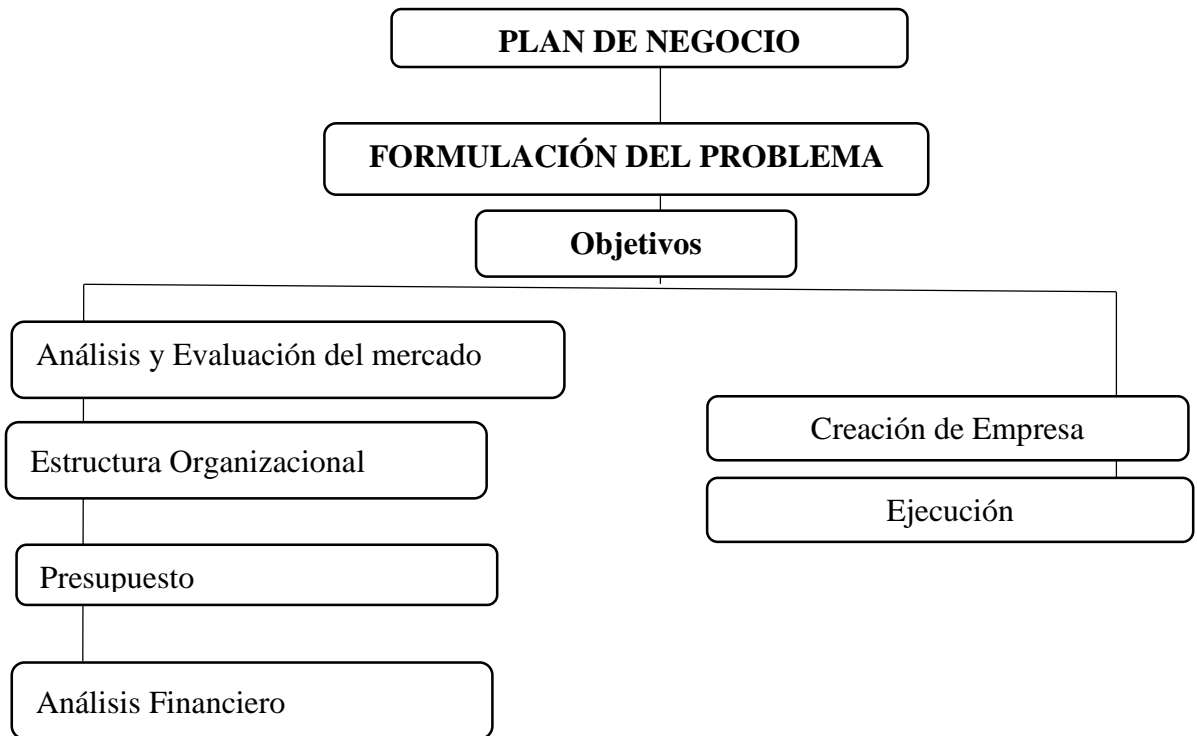
5.3 FUENTES Y TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Fuentes primarias: Son aquellas fuentes que se obtiene información por medio de libros, revistas, artículos de revistas y tesis: libro innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresa, revista dinero, DANE, artículos de periódico el País.

Fuentes secundarias: Son aquellas fuentes que se obtiene información donde analizan las fuentes primarias que ya han sido elaborados por medio de bibliografías, enciclopedias, críticas literarias, informe de la cámara y comercio y datos estadísticos.

6. ESQUEMA TEMÁTICO

Figura 1. Plan de Negocio



Fuente: Elaboración propia

7. MARCO DE REFERENCIA

7.1 MARCO TEÓRICO

En el proceso del plan de negocio para la creación de un restaurante de comidas típicas vallecaucanas Mi Gente, en la ciudad de Cali se aplicará según el plan de empresa del Libro Innovación Empresarial Arte y Ciencia en la Creación de Empresas de Rodrigo Varela, donde permite identificar una serie de etapas del empresario potencial por el cual se debe ir pensando antes y después de llegar a tener la empresa en funcionamiento, en este libro se reconoce cual es el papel central que debe desempeñar el empresario líder del proceso y los factores de entorno y de cultura que afectan al empresario y a la empresa, logrando un desarrollo positivo para el proyecto,

El libro de innovación empresarial arte y ciencia en la creación de empresa de Rodrigo Varela, consiste en presentar un análisis interesante sobre las diferentes alternativas de desenvolvimiento que debe tener todo cultor empresarial para un buen desarrollo del plan de empresa, haciendo énfasis en diversas fuentes de enriquecimiento y aprovisionamiento de recursos innovadores en la conceptualización y elaboración de cada una de sus etapas. El trasegar de la competencia personal, el deseo de progreso y las diversas manifestaciones del ser humano a lo largo de la historia de la humanidad son abordados con sutil interés en el libro del profesor Varela.

El tema se presenta como pilar fundamental de las estrategias de innovación que acoge el hombre como ser evolucionado para conseguir los “objetivos humanos”, recapitulando las acciones que de cierto modo han acuñado determinantes hitos en la historia de la humanidad a partir de un conjunto de nociones fundamentales: cambio, acción y mejoramiento. Nociones que sin duda alguna han producido interesantes renovaciones en todas sus manifestaciones.

Los aportes e investigaciones presentadas en el marco de la innovación empresarial dan cuenta de que las pymes han entrado en la generación de conocimientos innovadores para crear productos de calidad y asegurar su competitividad. En algunos sectores se establecieron estrategias de cambio o mejoras innovadoras en mayor proporción que las grandes empresas; no obstante, quedan interrogantes fuertes acerca de la proyección de desarrollo de América Latina en comparación con diversos avances en otros continentes. En este sentido, el libro deja entrever las posibles causas que han motivado a incurrir en errores de aplicación de estrategias para el desarrollo, para posteriormente proponer temas de interesante argumento con el fin de formar un verdadero carácter y espíritu empresarial. No basta solo con la aptitud, sino también con la actitud.

Varela presenta en varios capítulos las diversas manifestaciones teóricas (y empíricas) de la noción del empresario, sus mitos, tendencias y alcances de la cultura empresarial. Comenta importantes consideraciones en relación con el tiempo de dedicación del empresario a la labor diaria. De la misma manera, realiza importantes aportes a la estructura cognitiva que debe tener todo empresario y sus elementos diferenciadores. Recoge importantes conceptos tratados en diversas investigaciones desde 1961 sobre los perfiles y características que un sujeto, como actor del desarrollo, debe tener para constituirse en empresario, presentándolos en cuadros muy inteligibles. Plantea inquietudes acerca de la pertinencia y validez de los interrogantes sobre la creación de empresas en el ámbito profesional, tomando como ejemplo a compañías que han sido creadas rompiendo el mito a través de acciones innovadoras en la creación de empresas.

La innovación es un arte, y ese arte, potencializado para la creación y consolidación de empresas, va de la mano con muchos factores abordados por diversos autores. Varela los va presentando a lo largo del texto con un análisis detallado sobre las diversas teorías que lo sustentan, va mostrando diversos modelos hasta conceptualizar el propio desarrollado en el Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CDEE) fundado por él mismo. Realiza un despliegue analítico de cada una de las etapas básicas del modelo propuesto, con ello invita de manera reflexiva al lector a ubicarse en cada etapa como actor principal y objetivo del espíritu empresarial, ya sea como creador del plan de empresas o como fomentador de este por medio de la enseñanza. El autor enfatiza sobre el entorno circunstancial en que se desenvuelve el empresario y la manera de abordar, desde una perspectiva innovadora, las etapas en la creación de la empresa mediante la percepción, la identificación y la creatividad en la valoración de la oportunidad empresarial, y pone especial cuidado en la fortaleza que tiene la intuición en ello. En el contexto de lo expuesto propone varias estrategias de estímulo para la creación de empresa, acciones y disertaciones que cautivan al lector a continuar en la lectura con la idea de la previsión de componentes y su respectiva integración. Se encadena lo anterior con una serie de cuadros, gráfico se historias que ilustran de manera muy prolija la comprensión del tema. Asimismo, se potencializa la actividad creadora como parte fundamental en la acción empresarial, donde sin duda alguna la innovación tiene un rol protagónico. Para ello se propone una serie de ejercicios enfocados en motivar la confluencia de ideas empresariales. Otro de los aspectos importantes por resaltar en la obra es la manera de abordar los conceptos de financiación y administración de empresas, poniendo al descubierto realidades ineludibles sobre la creación de estas. De cierta manera desmitifica conceptos un tanto erráticos, que de cierta manera influirían nocivamente en la conceptualización del espíritu empresarial. En ese contexto, el del espíritu empresarial, va abordando el tema desde una perspectiva vanguardista, traspasando las fronteras tecnológicas. Presenta así los conceptos modernos de administración del negocio y la interacción con las redes, mostrando su propio modelo, la inclusión de la tecnología, y otros conceptos empresariales. Desde mi punto de vista, estos conceptos se deberían abordar en todos los escenarios académicos, sin importar la disciplina de formación. Ello ayudaría a tener mayor claridad y fundamentación sobre las políticas de apoyo a los sistemas de creación e innovación empresarial. Desde tiempos atrás, los diferentes gobernantes de turno pretenden la consolidación económica y el desarrollo social y sostenible a través de políticas creadas, pero la simple intención sin formación no es suficiente. (Bonilla & Dario, 2014)

Para la implementación del restaurante de comidas típicas Vallecaucanas en el barrio Alfonso López de la ciudad de Cali se deben de seguir los siguientes pasos del libro de innovación empresarial arte y ciencia en la creación de empresa:

Análisis del mercado

Como ya se anotó, el objetivo central de este análisis es determinar: la existencia real de clientes para los productos o servicios que se van a producir, la disposición de los clientes a pagar el precio establecido, la determinación de la cantidad demandada, la aceptación de las formas de pago, la validez de los mecanismos de mercadeo y venta previstos, la identificación de los canales de distribución que se van a usar, la identificación de las ventajas y desventajas competitivas, el entorno económico y social del sector económico en el cual se va a actuar, los comportamientos del consumidor, los mecanismos de promoción, los planes estratégicos y las tácticas de mercadeo, con el propósito de elaborar una proyección de ventas válidas.

Este análisis es el punto de partida para todo el proyecto y, por ello, es necesario dedicar un gran esfuerzo a la elaboración de un análisis de mercado muy bien estructurado.

En cada combinación “plan de empresario”, existirán metodologías de investigación de mercados más aplicables y de mayor validez. Encuestas de todos los estilos, paneles de consumidores, información secundaria, observación directa, panel de expertos, etcétera, son todos métodos válidos para la realización del análisis de mercado.

El análisis de mercado se debe concentrar en la investigación de aquellos aspectos sobre los cuales el empresario tiene dudas, y debe proveer elementos que faciliten la toma de decisiones, la formulación de metas y de estrategias.

Los componentes básicos del análisis de mercado son:

✓ Análisis del sector y de la compañía:

Se trata de conocer bien que pasa y que se espera que pase en el sector económico al cual se va a entrar.

✓ Análisis del mercado propiamente dicho:

Este análisis tiene varios componentes productos, servicios, clientes, competencia, tamaño del mercado, cada componente implica consideraciones y análisis particulares, pero se mantiene la noción de interrelación.

Plan de mercadeo:

El plan de mercado recoge las estrategias que se van a utilizar para lograr los resultados previstos en términos de volumen.

Análisis técnico

El objetivo central del análisis técnico es determinar si es posible elaborar y vender el producto/servicio con la calidad, cantidad y costo requeridos.

Para ello, es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, suministros, consumos unitarios, procesos, ordenamiento de procesos, recursos humanos en cantidad y calidad, proveedores, etcétera.

Este análisis, sin dudas, va coordinado con el de mercado, pues la producción es para atender las ventas que se identifican en ese análisis.

Análisis administrativo

El objetivo central de este análisis es definir las características necesarias para el grupo empresarial y para el personal de la empresa, las estructuras y estilos de dirección, los mecanismos de control, las políticas de administración de personal y de participación del grupo empresarial en la gestión y en los resultados y, claro está, la posibilidad de contar con todos estos elementos

Análisis legal, ambiental y social

Este ítem tiene como objetivos: definir la posibilidad legal y social para que la empresa se establezca y opere; definir el tipo de sociedad y las obligaciones tributarias, comerciales y laborales que de ella se derivan; analizar las implicaciones que sobre la comunidad tiene el proyecto; determinar las regulaciones locales y los permisos requeridos. En este análisis, se deben determinar los siguientes aspectos:

- ✓ Aspectos legales
- ✓ Aspectos de legislación urbana
- ✓ Análisis ambiental
- ✓ Análisis social

Análisis económico

Tiene como objetivo la determinación de las características económicas del proyecto y, por ello, es necesario identificar los siguientes componentes:

- ✓ Inversión en activos fijos
- ✓ Inversión en capital de trabajo
- ✓ Presupuesto de ingresos
- ✓ Presupuesto de materias primas, servicios e insumos
- ✓ Presupuesto de otros gastos
- ✓ Deduciones tributarias
- ✓ Análisis de costos

Análisis financiero

El objetivo central es determinar las necesidades de recursos financieros, las fuentes y las condiciones de ellas, y las posibilidades de tener acceso real a dichas fuentes.

Asimismo, debe determinar, en el caso de que se use financiación, los gastos financieros y los pagos de capital propios del préstamo. El otro propósito es el análisis de la liquidez de la organización y la elaboración de proyecciones financieras.

✓ **Flujo de caja:**

El flujo de caja es la herramienta que permite determinar las necesidades reales de capital en los distintos momentos de desarrollo en la empresa. El flujo de caja compara los ingresos efectivamente recibidos y los egresos efectivamente pagados. Con base en el flujo de caja se determinan los momentos en los cuales los aportes de los socios o los préstamos de los intermediarios financieros, o ambos, son necesarios para mantener una posición de caja final, al menos igual al colchón de efectivo.

✓ **Estado de resultados:**

Este estado financiero muestra, como dato fundamental, las utilidades producidas por la empresa en cada periodo de análisis. Básicamente, compra ingresos con costos y gastos en un periodo fiscal. Adicionalmente, produce el valor de los impuestos de renta. Se base en procesos de causación.

El estado de resultados requiere una periodicidad diferente del flujo de caja. Se tiene que realizar solo al final de cada ciclo tributario.

✓ **Balance**

El balance muestra el estado de las diversas cuentas al final de cada ciclo tributario. Los datos para este se toman del flujo de caja, del estado de resultado y de algunos de los cuadros realizados en el análisis económico se tiene que hacer un balance de inicio en la empresa, y luego, hacer balances cada final del ciclo tributario.

El balance tiene un papel fundamental ya que muestra la validación de las cifras de los otros estados financieros. La mecánica de trabajo con estos tres estados es seguir, año tras año.

Para que sirva el libro de innovación empresarial arte y ciencia en la creación de empresa en el proceso de la creación de empresa del restaurante de comidas típicas vallecaucanas en la ciudad de Cali, la información mencionada en los párrafos anteriores es muy importante para el correcto funcionamiento del proyecto a corto, mediano y largo plazo es un motor para lograr los objetivos y metas propuestas y lograr el desarrollo económico de las mismas, siguiendo paso por paso desde el Análisis del mercado hasta el análisis financiero, así podemos calcular y ver la viabilidad del negocio en marcha y saber a que tipo de población vamos impactar, teniendo así las respectivas estrategias de venta y soluciones a los obstáculos y cómo reaccionar en las adversidades que se pueden presentar en el proyecto, con la anterior información también podemos deducir la cantidad de flujo,, costos, proyección de ventas gastos y utilidad teniendo en cuenta los balances.

La creatividad siempre ha tenido cierto aire de misticismo para el ser humano, ésta puede utilizarse de la mejor manera posible para desarrollar el crecimiento económico y social dentro de los grupos de individuos, varios autores definen la creatividad como algo propio del ser humano y todos apuntan a que se puede utilizar de una manera óptima para mejorar la calidad de vida de las personas, permitiendo el crecimiento y desarrollo de éstas.

El desarrollo de la creatividad como elemento característico de una persona en específico puede ser el distintivo dentro de su grupo social, las personas creativas tienen una gran capacidad de estar actualizadas de su entorno, de tener una predisposición al cambio y

ajustarse a los estándares que el mercado busca, son los visionarios del cambio. (medium.com, 2017)

7.2 MARCO CONCEPTUAL

Etnias: conjunto de personas que pertenecen a una misma raza y, generalmente, a una misma comunidad lingüística y cultural.

Territorio: extensión de tierra que pertenece a un estado, provincia u otro tipo de división política.

Plan de negocios: Es un documento en donde se describe y explica un negocio que se va a realizar.

Comida típica: Platos nacionales el plato, comida o bebida que representa los gustos particulares de una nación, región o comunidad.

Presupuesto: Conjunto de los gastos e ingresos previstos para un determinado período de tiempo.

Análisis financiero: Conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectivas de la empresa.

Gastronomía: Es el estudio de la relación del ser humano con su alimentación y su medio ambiente o entorno.

Inversión: Es un término económico, con varias acepciones relacionadas como el ahorro, la ubicación de capital, y la postergación del consumo. El término aparece en gestión empresarial, finanzas y en macroeconomía.

Sancocho de Gallina: Es una sopa típica de esta región, y también de los departamentos de Nariño Antioquia y en la Costa Caribe.

Arroz Atollado: Es un plato caldoso que además de prepararse con su ingrediente principal, el arroz, incluye: pollo, cerdo, diferentes variedades de papas o verduras que se sirven con patacones, hogao y chorizo.

Champús Valluno: El champús se elabora mezclando panela, maíz, lulo, piña, canela, clavo de olor y hojas de naranjo agrio.

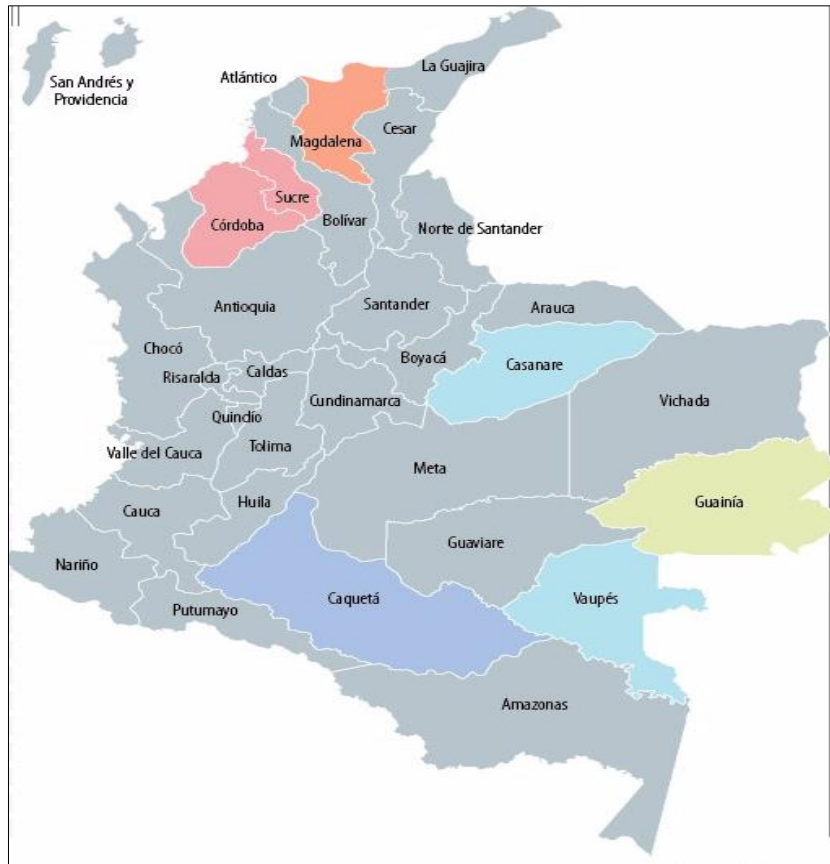
El cholado: Es una ensalada de frutas típica de esta región, cuyo origen está en el municipio Vallecaucano de Jamundí. Se prepara con banana, manzana verde, kiwi, fresa, coco, papaya, piña, leche condensada y hielo.

Lulada: Es una bebida fría que se prepara con lulo, una fruta característica en el país. Se diferencia del jugo de lulo porque no se licúa ni se cuele, sino que la pulpa del lulo se macera y se mezcla con jugo de limón.

7.3 MARCO CONTEXTUAL

Este plan de Negocio parte de investigaciones de gastronomía de comidas típicas colombianas en el Valle del cauca.

Figura 2. Mapa de Colombia

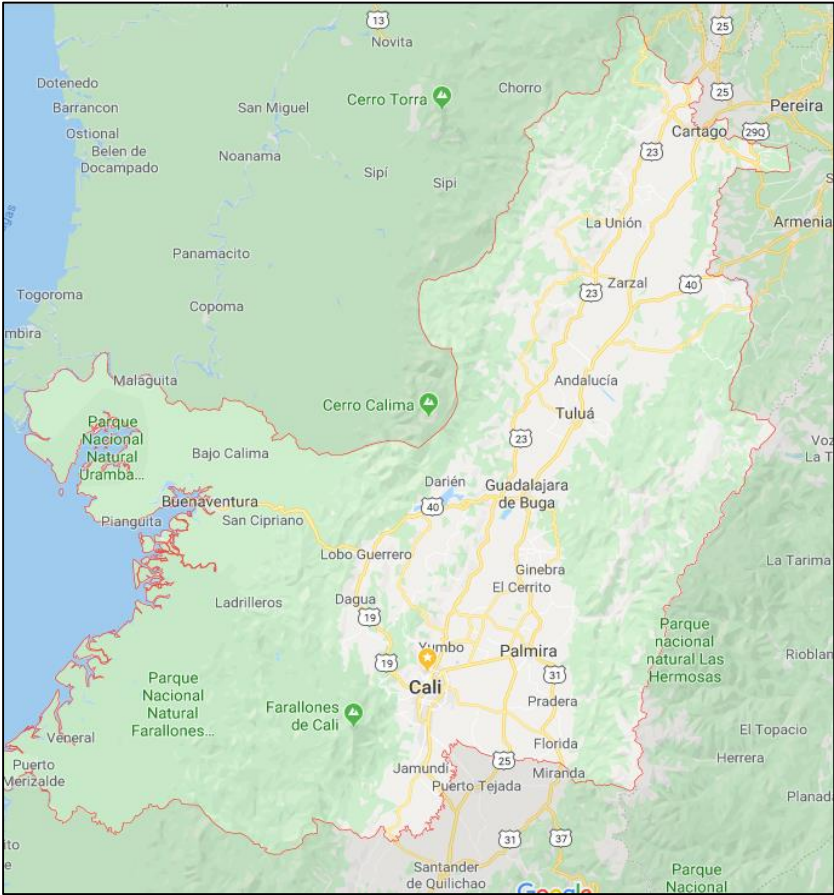


Fuente (LA REPÚBLICA, 2019)

Colombia es un país que tiene diferentes departamentos en los cuales de maneja una cultura y gastronomía de manera diferente.

La gastronomía de Colombia es el resultado de la fusión de alimentos, prácticas y tradiciones culinarias de las culturas indoamericanas locales, europeas (principalmente española) y africana. Aunque no hay consenso en cuanto a un único plato que represente a toda la gastronomía colombiana, (es.wikipedia.org)

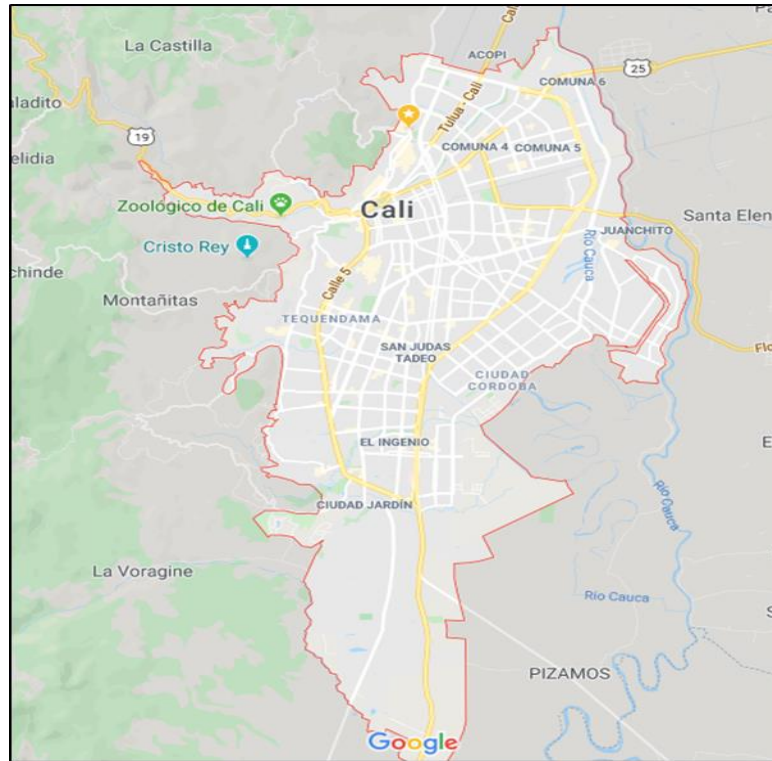
Figura 3. Mapa del Valle del Cauca



Fuente (Google maps, 2019)

En este mapa podemos ver la ubicación geográfica del departamento del Valle del Cauca, en el cual está ubicado la ciudad de Santiago de Cali, donde se hará apertura del restaurante de comidas típicas vallecaucanas, también se puede observar algunos municipios cercanos e importantes en la región.

Figura 4. Mapa del Barrio Alfonso López de Cali



Fuente: (Google maps, 2019)

En este mapa podemos observar la Ciudad de Santiago de Cali capital del departamento del Valle del Cauca, donde estará ubicado el restaurante de comidas típicas vallecaucanas Mi Gente, comuna 7 barrio Alfonso López tercera etapa.

Cali, siendo de las más viejas, se la siente como la ciudad colombiana más joven de espíritu, gracias a la alegría de sus gentes y a una velocidad de crecimiento que transformó el villorrio con menos de cien mil habitantes de hace cincuenta años, en el tercer polo de desarrollo del país (Colombiamania)

En Cali hay 5.175 negocios formalizados en este sector (5,1 % más que un año atrás), según datos de la Cámara de Comercio de Cali, esto sin contar los establecimientos informales que operan y que, igualmente, aportan a la dinámica económica de la región.

Brayan Prado, director de Acodrés en Cali, explicó que hasta hace unos años la gastronomía local era parte del paisaje de la ciudad, pero que en la última década el sector tomó importancia en todo el desarrollo de la cadena turística. “No solo se está creciendo, sino que la gastronomía hace parte de las actividades que están generando más empleo y sostenibilidad”, destacó el directivo.

Esa misma percepción la tiene Martha Jaramillo, propietaria de Ringlete, uno de los restaurantes más tradicionales de la región. “Nacimos en el año 2000 y desde esa época a la de ahora, la realidad es otra. Esta es una actividad que tiene mucho movimiento con la apertura de muchos establecimientos, pero, así como se abren negocios también se cierran”, dijo.

Aun así, aseguró, que “la industria está en crecimiento y podría hacerlo más si tuviéramos mayor acompañamiento de la ciudad”.

En 2018, según el estudio de caracterización del sector que hizo la Alcaldía de Cali, la industria gastronómica creció 26 % en número de establecimientos en las 10 zonas gastronómicas que se han consolidado (Peñón, Granada, Ciudad Jardín, Alameda, San Antonio, Centenario y Parque del Perro y Parque del Chontaduro). En estas zonas había 1188 restaurantes.

Zonas gastronómicas de Cali.

Este año, por ejemplo, han surgido propuestas como la de Citadino, en El Peñón; Facundo Sabores del Mundo, No Mames, El Gusto Español, en Alameda, en otros que están fortaleciendo la oferta local.

Según el estudio que sobre el sector hizo la Alcaldía, desde el 2008 se ha presentado un crecimiento sostenido del número de restaurantes en la mayoría de zonas gastronómicas, siendo el 2010 el año con mayor aumento.

“Llama la atención que el último cuatrienio (2014-2018) fue el periodo durante el cual iniciaron mayores actividades de ventas en las distintas zonas, esto se debe a la cantidad de establecimientos que abrieron sus puertas de manera reciente”, indica el informe.

En las 10 zonas gastronómicas consolidadas en Cali había 1188 restaurantes con 3682 personas laborando de forma estable, según datos de 2018.

De acuerdo con cálculos de la Cámara de Comercio, con datos del Dane, en Cali los restaurantes generan 70.000 empleos entre informales y formales, 5.175 restaurantes están registrados en la ciudad de Cali. Son el 6% del total de empresas de la capital del Valle, 34,6% de los propietarios crearon su restaurante por oportunidad de negocio.

Otros datos según el informe de la Alcaldía, los establecimientos gastronómicos hacen una fuerte apuesta por la comida típica de la región y del país.

El 29,8 % de los 1188 restaurantes de las 10 zonas consolidadas de Cali ofrecen platos del pacífico colombiano, otro 18,5 % cuenta con comida vallecaucana y un porcentaje similar, la típica regional.

Tanto gremios como empresarios destacaron que para que el sector siga creciendo se requiere mayor concertación entre el gobierno y los establecimientos. Por ejemplo, el director de Acodrés aseguró que la implementación de las zonas de parqueo en El Peñón ha afectado el consumo. Además, pidieron mayor participación en eventos de ciudad como la Feria de Cali, pues no fueron incluidos con programación en el certamen. (El País, 2019)

8. PLAN DE NEGOCIO

8.1 ANÁLISIS DEL MERCADO

8.1.1 Análisis del sector y de la compañía

El prestigioso chef escocés, Kendon Macdonald (ya fallecido) autoridad en materia de gastronomía solía decir que el Valle del Cauca es el segundo destino gastronómico más apetecido por los colombianos y extranjeros. Es que, sin duda, la lulada, los aborrajados, el arroz atollado, el sancocho de gallina y las fusiones de comida criolla con mezclas de especias y el toque casero de las abuelas han enamorado el paladar de miles de comensales que desfilan por los más atractivos restaurantes caleños (LA REPUBLICA, 2018).

La Ciudad de Cali es conocida como la Sultana del Valle tiene una gran variedad gastronómica, sus zonas principales son el barrio Granada con más de 20 años de posicionamiento, la zona de Ciudad Jardín donde se diferencia por la venta de comidas de países como Perú, México y otros, la zona del barrio San Antonio por arquitectura y tradición, la zona del parque del perro que ofrecen un servicio de comidas rápidas, el barrio Alfonso López se caracteriza por ser comercial y tener variedad de negocios y restaurantes, lo que genera expectativas positivas para la implementación del restaurante de comidas típicas vallecaucanas Mi Gente.

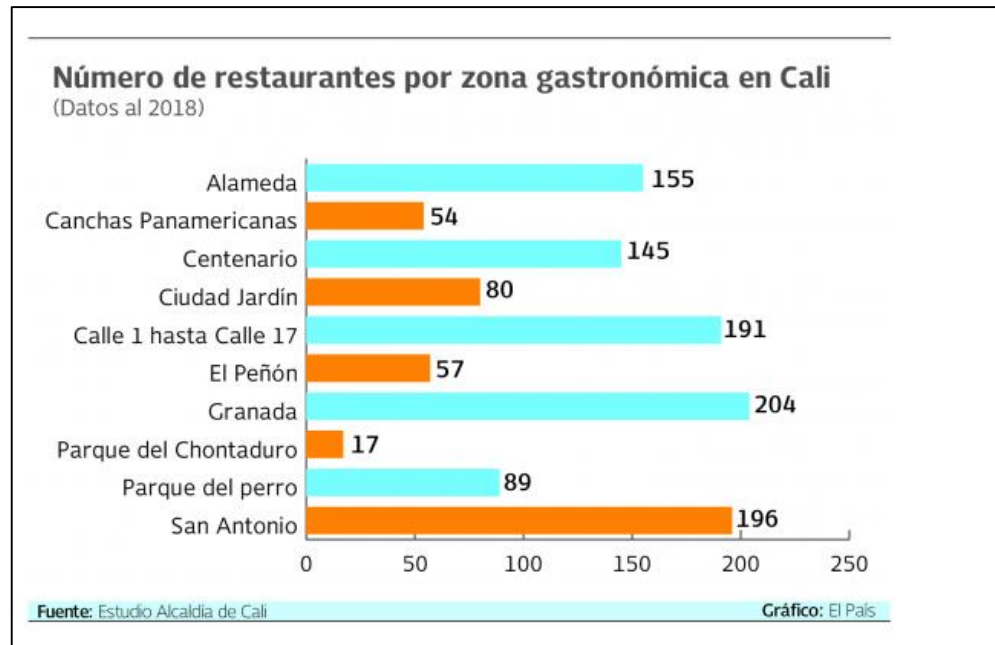
Según un informe que fue dado a conocer en el marco de Alimentec, Expocotelco y Makro Extravaganza que se realiza en Corferias decía que, en un mes, un caleño gasta \$95.514 en restaurantes (EL TIEMPO, 2010)

Otro dato curioso del estudio es el relacionado con las formas de pago en estos establecimientos, según las edades de los comensales. De acuerdo con el informe, en general, predomina la preferencia por cancelar la cuenta en efectivo, aunque hay un aumento leve entre quienes lo hacen con tarjeta débito, especialmente entre los jóvenes que oscilan entre 17 y 24 años de edad (EL TIEMPO, 2010).

Es tanto el crecimiento gastronómico en la ciudad de Cali que para este año 2019 se celebró el festival gastronómico más grande del occidente colombiano el cual permitió mostrar una vez más la variedad de sabores que existen actualmente he incluso permitiendo que un aporte al crecimiento económico.

En 2018, según el estudio de caracterización del sector que hizo la Alcaldía de Cali, la industria gastronómica creció 26 % en número de establecimientos en las 10 zonas gastronómicas que se han consolidado (Peñón, Granada, Ciudad Jardín, Alameda, San Antonio, Centenario y Parque del Perro y Parque del Chontaduro). En estas zonas había 1188 restaurantes (El País, 2019).

Figura 5. Número de restaurantes por zonas gastronómicas en Cali



Fuente (El País, 2019)

Según el informe de la alcaldía, los establecimientos gastronómicos hacen una fuerte apuesta por la comida típica de la región y del país. El 29.8 % de los 1188 restaurantes de las 10 zonas consolidadas en Cali ofrecen platos del pacífico colombiano, otro 18.5% cuenta con comida vallecaucana y un porcentaje similar, la típica regional (El País, 2019).

Así mismo, el 17 % de los establecimientos indicaron que venden al mes entre \$15 millones y \$25 millones; otro 11,1 %, más \$25 millones y el 2,8%, entre \$ 10 y \$15 millones (El País, 2019).

Por lo tanto, el restaurante de comidas típicas vallecaucanas Mi gente consiste en ser participe en el sector gastronómico de comidas típicas de la Ciudad de Cali el cual estará ubicado en la zona de Alfonso López que cuenta con 78.097 habitantes aproximadamente.

La idea de negocio es impactar en el mercado gastronómico en la zona del barrio Alfonso López como no hay este tipo de restaurantes en el sector se aprovechará para establecer la idea de negocio en dicho barrio, porque las zonas tradicionales en la ciudad de Cali está en lugares como:

Tabla 1. Algunos Restaurantes de Comidas Típicas Vallecaucanas en la ciudad de Cali

PLATILLOS VOLADORES	AV. 3N # 7 - 19, CALI	GRANADA
EL ZAGUAN	CRA. 12 #1-29	SAN ANTONIO
EL ARCA DE PASCUAL	CARRERA 34 # 3-61 / AV 9N # 20 N- 17	EL PARQUE DEL PERRO

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, se necesita acudir a la tecnología como la mayoría de las industrias del mundo, la gastronomía avanza a pasos agigantados hacia el futuro, tanto en sus formas de atención al público, como en la capacidad de procesar o entregar alimentos. Es que la incorporación de nuevas tecnologías, sobre todo aquellas que conciernen al manejo de alimentos, no sólo ayuda a mantener mejores estándares de higiene y conservación, sino que abren nuevos horizontes en particular para las entregas a domicilio (Itseller, 2018) .

La tecnología para el restaurante permitirá que los productos que necesiten refrigeración, cocción se ajusten a las necesidades y así tener un resultado optimo en su presentación para con los clientes, También permitirá que los pedidos se realicen de forma digital por medio de apps y su publicidad utilizando las diferentes redes sociales.

Un análisis político para la creación del Restaurante es que Colombia actualmente se rige bajo la ley de Financiamiento (Ley 1943 2018) la cual trajo un impacto algo negativo para los restaurantes porque se gravaron productos de la canasta familiar con una tarifa del 19% lo cual hace que aumente el costo para la preparación del producto como las carnes de cerdo, res y pollo, las hortalizas y legumbres enlatadas, frutas en conserva o secas, aceites, grasas y jugos.

Debido al ambiente, la temática, el servicio y ese valor agregado de cada restaurante hace que obtengan el llamado de atención de los clientes y se conviertan en sus lugares favoritos para almorzar o cenar

Este Plan de Negocio estará dirigido a grupos familiares, amigos y encuentros ocasionales. Para determinar el precio se realizará un presupuesto con una margen de utilidad, el servicio será fundamental para el restaurante ya que el cliente se llevará esa imagen, se ofrecerán al cliente platos y bebidas típicas del Valle del Cauca.

Como el restaurante estará ubicado en la zona de Alfonso Lopez se deberá tener en cuenta el estrato social de las personas que es de 1, 2 y 3 para poder determinar un precio que se ajuste a la economía de este sector e igualmente se tendrá en cuenta los precios de la competencia según sus productos ofrecidos.

Las tendencias económicas que pueden afectar al sector de forma negativa es que la disminución de la tasa de ocupación como se evidencia en la grafica

Figura 6. Tasa de Mercado laboral

Así está el mercado laboral en Cali (entre marzo y mayo)		
	2019	2018
Tasa de ocupación	59,40%	60,20%
Tasa de desocupación	13,00%	11,60%
Tasa de subempleo subjetivo	30,80%	28,10%
tasa de subempleo objetivo	12,80%	10,60%

Fuente (El País, 2019)

La tasa de ocupación en Cali también bajó un poco en el último año. Pasó de 60,2% en el 2018 (marzo. mayo) a 59,4% en igual trimestre de esta vigencia, según señala el informe del Dane (El País, 2019).

El factor ambiental también es importante tenerlo en cuenta porque el cambio climatológico puede generar o un aumento o una disminución para el costo del producto en cuanto a lo social y cultural hay que estar actualizado en el sector para poder crear e innovar y darle así el valor agregado con degustaciones al paladar sin que se pierda la esencia del producto que lo caracteriza.

Para el poder de negociación de los proveedores será necesario la cotización de los productos en diferentes distribuidores de la ciudad de Cali para poder ajustar el costo y precio del producto igualmente el poder de negociación con el cliente si se pueden realizar algún tipo de descuento en caso de se tuviera que realizar.

Una de las amenazas en la gastronomía en cuanto a las comidas típicas de Cali es la competencia que existe en los restaurantes que ofrecen comidas de otras culturas o países como México, Perú entre otras también está la competencia de productos sustitutos como son las comidas rápidas que van en crecimiento

Basándose al crecimiento gastronómico de comidas típicas en la ciudad de Cali y analizando que para el sector del Alfonso López cuenta con una cantidad de habitantes considerable (5.001) se implementa la idea de negocio tomando en cuenta datos importantes del estudio de mercado para el fortalecimiento de este.

El restaurante se presentará una variedad de los platos donde se realizará combinaciones Gastronómicas según preferencias de los clientes con la información recolectada por el análisis del sector y degustación del Chef, se podrá disfrutar de una ambientación temática colombiana donde se cautivarán algunos de los sentidos de los seres humanos como el visual, gustativo, olfativo y auditivo como, por ejemplo:

Tener una excelente decoración del lugar, tener sillas cómodas, buenas luces (innovadoras), que los clientes puedan disfrutar del sabor inigualable de los platos y bebidas, que el olor de las comidas sea tan llamativo que nadie se pueda aguantar probarlas, la música sea apropiada para el tipo.

8.1.2 Análisis del mercado propiamente dicho

8.1.2.1 Producto/servicio

Con los productos que se van a vender en el restaurante de comidas típicas vallecaucanas Mi gente se busca satisfacer las necesidades de la población de la comuna 7 principalmente en el barrio Alfonso López con los que contamos con un promedio de habitantes de 14.180. generando el deseo por medio de las estrategias de mercado que se implementaran, algunos de los problemas a los que nos podremos enfrentar son las malas experiencias del cliente con los productos semejantes a los del restaurante, debido a que son platos muy comunes lo que los diferencia son la calidad del producto, servicio al cliente, la ambientación moderna del restaurante.

Las fortalezas con las que cuenta el restaurante, calidad del producto, confianza, en los dueños empleados con experiencia, ubicación estratégica, precios asequibles.

Algunas amenazas serían aperturas de competidores fuertes en la zona, incrementos en los impuestos, alza en los precios de la materia prima para la elaboración de los platos.

Por lo tanto, algunas de estas amenazas se podrían solucionar cuando los clientes conozcan el producto así crear confianza, que recomienden con la voz a voz los productos, tener variedad de proveedores para poder contar con diferentes precios y calidades crear filiación con el cliente como por ejemplo recordar su fecha de cumpleaños y hacer un descuento especial.

En la ciudad de Cali hay ciertos restaurantes que ofrecen platos típicos del Valle del Cauca, los cuales están ubicados en diferentes sectores de la ciudad Cali, como por ejemplo el restaurante el Ringlete, restaurante Cócora Fusión, el Zaguán de San Antonio.

En el restaurante de comidas típicas vallecaucanas Mi Gente, ubicado en la ciudad de Cali según el tipo de mercado en que se tiene enfoqué se ofrecerá productos típicos del Valle del Cauca como, por ejemplo:

Tabla 2. Productos a Vender En el Restaurante Mi Gente

Platos fuertes típicos del Valle del Cauca	Entradas típicas del Valle del Cauca	Bebidas típicas del Valle del Cauca	Postres del Valle del Cauca
Sancocho de gallina	Marranitas	Lulada	Manjar banco
Arroz atollado	Aborrajados	Champús	Arroz con Leche
Tamal Valluno	Empanadas Vallunas		
Cazuela de mariscos	Tostadas de plátano		

Fuente: Elaboración propia

8.1.2.2 Clientes

La Composición de habitantes del barrio de Alfonso López es de 14.180 según Caracterización Socio-económica de la Alcaldía de Santiago de Cali del año 2017.

Familias conformadas entre 3 a 5 personas en promedio, que culturalmente son sociables les gusta salir a comer por fuera al menos 3 veces en el mes el ingreso promedio por familia es de 2 salarios mínimos e donde trabaja las 2 cabezas de la familia.

8.1.2.3 Mercado Objetivo

El mercado Objetivo según la población será según rangos de edad desde los 20 años hasta los 44 años ya que en estas edades las personas son laboralmente activas obteniendo ingresos ingresos percapita al menos un salario mínimo legal vigente. Los (5.001), habitantes entre hombre y mujeres) del sector de Alfonso López de estratos 3, logrando con las estrategias de mercadeo llegar a un 80% de dicha población (4.000, habitantes). En el mes.

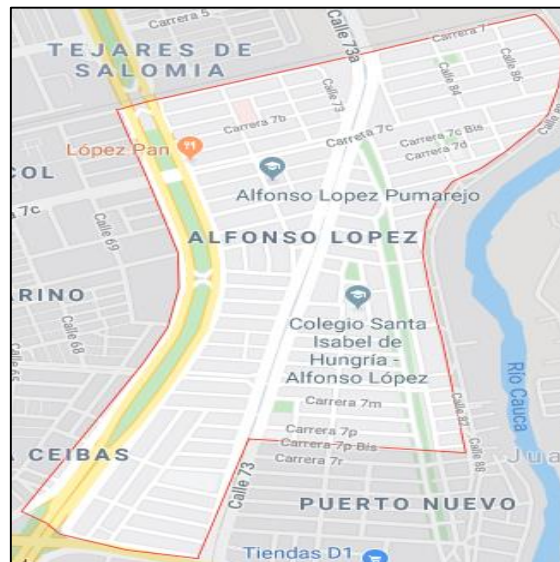
Tabla 3. Población total por rango de edad y Sexo

Población total por rango de edad y sexo, según el DANE	Total hombres	Total mujeres	Total personas
De 20 a 24 años	541	604	1.145
De 25 a 29 años	537	539	1.076
De 30 a 34 años	400	445	846
De 35 a 39 años	413	510	924
De 40 a 44 años	462	548	1.010
Total Población M. O.	2353	2646	5.001

Fuente (web1.cali.gov.co)

En este cuadro podemos observar detalladamente cantidad de hombre y mujeres de los 20 a los 44 años que es el mercado objetivo ya que la mayoría de personas en esas edades son laboralmente activos y generan ingresos al hogar.

Figura 7. Mapa del Barrio Alfonso Lopez



Fuente (Google maps, 2019)

Mapa del barrio Alfonso López con sus 3 etapas que lo componen, comuna 7 ubicado al nororiente de la ciudad, se caracteriza por ser un barrio ampliamente comercial donde hay reconocidos supermercados, almacenes de variedades, panaderías, estancos, colegios, restaurantes de comidas rápidas, galería, asaderos, boutiques, almacenes de cerámicas, pinturas elementos para construcción, cuenta con varias de las vías principales, como lo es la av. ciudad de Cali, calle 70 y la carrera octava y esta en unas de las salidas de la ciudad la que conduce al municipio de candelaria, todos estos aspectos lo que lo hace atractivo para las personas ya que es una buena opción para vivir.

Tabla 4. Caracterización de la Población

Población total por rango de edad y sexo, según el DANE	Total hombres	Total mujeres	Total personas
De 0 a 4 años	468	459	927
De 5 a 9 años	572	562	1.134
De 10 a 14 años	731	705	1.436
De 15 a 19 años	567	623	1.190
De 20 a 24 años	541	604	1.145
De 25 a 29 años	537	539	1.076
De 30 a 34 años	400	445	846
De 35 a 39 años	413	510	924
De 40 a 44 años	462	548	1.010
De 45 a 49 años	432	491	923
De 50 a 54 años	324	455	779
De 55 a 59 años	240	318	558
De 60 a 64 años	202	267	470
De 65 a 69 años	265	358	623
De 70 o más	481	658	1.139
Total	6.636	7.544	14.180

Fuente (web1.cali.gov.co)

En este cuadro encontramos la cantidad total de personas en el barrio Alfonso López de la comuna 7 en la ciudad de Santiago de Cali.

8.1.2.4 Competencia

En el sector no hay restaurantes enfocados en comidas típicas como tal, por lo que se aspira con la apertura del restaurante de comidas típicas vallecaucanas Mi Gente darle un factor innovador al sector cautivando la población local y atrayendo turistas que buscan lo mejor de la gastronomía vallecaucana.

8.2 PLAN DE MERCADO

como plan de mercado diseñaremos un calendario anual, en el que establezcamos actividades mes a mes enfocándonos en fechas especiales como lo son san valentin, mes del niño, mes de la madre etc, creando nuestros propios eventos en algunos meses.

✓ Enero

Actividad: llegaron los reyes a Mi Gente

Durante este mes por la compra de cualquier plato fuerte, llevas el postre gratis.

✓ Febrero

Actividad: amor para Mi Gente

Plan romántico para parejas, incluye copas de vino, platos fuertes 2 bebidas y postre en el cual la decoración romántica es totalmente gratis.

✓ Marzo

Actividad: mujer hermosa

Todos nuestros clientes pueden participar en el sorteo de un día de spa y chocolaterapia para la mujer que más aman.

✓ Abril

Actividad: Mi Gente unida por un mundo mejor

Mi Gente coordinara una jornada de reforestación y plantación de árboles, en el sector.

✓ Mayo

Actividad: mi madre es perfecta

A todas las madres se les obsequiara una rosa y un postal con un poema hermoso.

✓ Junio

Actividad: mi papa es un héroe

Todos los padres participan en la rifa de un asador y todos los ingredientes para un asado.

✓ Julio

Actividad: independencia con Mi Gente

En julio premiaremos el sentido patrio, las personas que lleven prendas alucibas a Colombia se les obsequiara un llavero.

✓ Agosto

Actividad: humor con Mi Gente

Durante los fines de semana de este mes tendremos presentaciones de trovadores, cuentero y cuenta chistes.

✓ Septiembre

Actividad: amor y amistad con Mi Gente

Se obsequiara un spa para parejas, y decoración de mesa totalmente gratis.

✓ Octubre

Actividad: mes de los niños

Tendremos dulces gratis todo el mes y el 31 de octubre, premiaremos el disfraz mas creativo, tendremos recreacionistas los fines de semana para los niños.

✓ Noviembre

Actividad: Mi Gente te paga los servicios.

Nuestros clientes por sus compras participasen del pago de sus servicios públicos.

✓ **Diciembre**

Actividad: Llego diciembre a Mi Gente

Cada sábado del mes se tendrá buñuelos y natilla gratis, y se premiará a la familia que mejor cante villancicos.

8.2.1 Estrategias de Precio

Los precios de los productos del restaurante de comidas típicas vallecaucana Mi Gente en la ciudad Santiago de Cali en el barrio Alfonso López tercera etapa, se aplicarán teniendo en cuenta el estrato socio económico de la población a la que nos vamos a dirigir, por otro lado, se busca que, con la ambientación, servicio y calidad del producto del restaurante, las personas paguen un precio acorde con lo anterior mencionado, y así poder salir del rango de los precios del mercado en el sector.

8.2.2 Estrategias de ventas

De acuerdo con la investigación del mercado y del sector se puede realizar una segmentación del mercado y así poder identificar a los principales grupos de compradores del restaurante, con esta información se busca poder impactar ese segmento de mercado, con la excelente calidad del producto y servicio al cliente se logrará alcanzar la voz a voz que es la estrategia que más genera resultados positivos por que un cliente satisfecho lleva de 3 a 5 clientes más y así sucesivamente.

De acuerdo con los productos para la venta y de acuerdo a los periodos se establecerán estrategias que permitan el desarrollo del plan de mercancía.

8.2.3 Estrategia promocional

La principal estrategia promocional es repartir publicidad en diferentes partes del barrio Alfonso López de la comuna 7 para dar a conocer los productos, dirección y números telefónicos para que puedan disfrutar de los productos que se ofrecen, además de ello se creará una página en Facebook e Instagram ya que son las redes sociales con mayor impacto y se realizarán actividades para alcanzar más seguidores y que estén al tanto de las publicaciones, promociones y eventos que se realicen en el restaurante.

Tabla 5. Ventas pronosticadas

PRODUCTO	ENE	FEB	MAR	ABRIL	MAY	JUN	JUL	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC	ACUMULADO
SANCOCHO DE	600	400	400	400	600	400	400	400	600	400	400	600	5600
ARROZ	400	300	300	300	400	300	300	300	400	300	300	400	4000
TAMAL VALLUNO	500	150	150	150	400	200	200	150	400	150	150	400	3000
CAZUELA DE	400	150	150	300	500	400	400	300	500	300	300	500	4200
AGUA DE PANELA	1900	1000	1000	1150	1900	1300	1300	1150	1900	1150	1150	1900	16800
MARRANITAS	200	100	100	100	200	100	100	100	200	100	100	300	1700
ABORRAJADOS	100	100	100	100	150	100	100	100	100	100	100	200	1350
TOSTADOS DE	200	100	100	100	200	100	100	100	200	100	100	300	1700
CHAMPUS	200	240	200	240	300	200	240	200	300	200	300	300	2920
LULADA	200	80	350	80	200	200	80	200	200	200	200	300	2290
MANJAR BLANCO	300	50	70	40	100	50	50	50	100	50	130	150	1140
ARROZ CON	350	30	50	50	50	50	50	50	50	50	100	100	980
TOTAL LATOS	5350	2700	2970	3010	5000	3400	3320	3100	4950	3100	3330	5450	45680

Fuente: Elaboración propia

Figura 8. Logo Restaurante de Comidas Típicas vallecaucanas Mi Gente



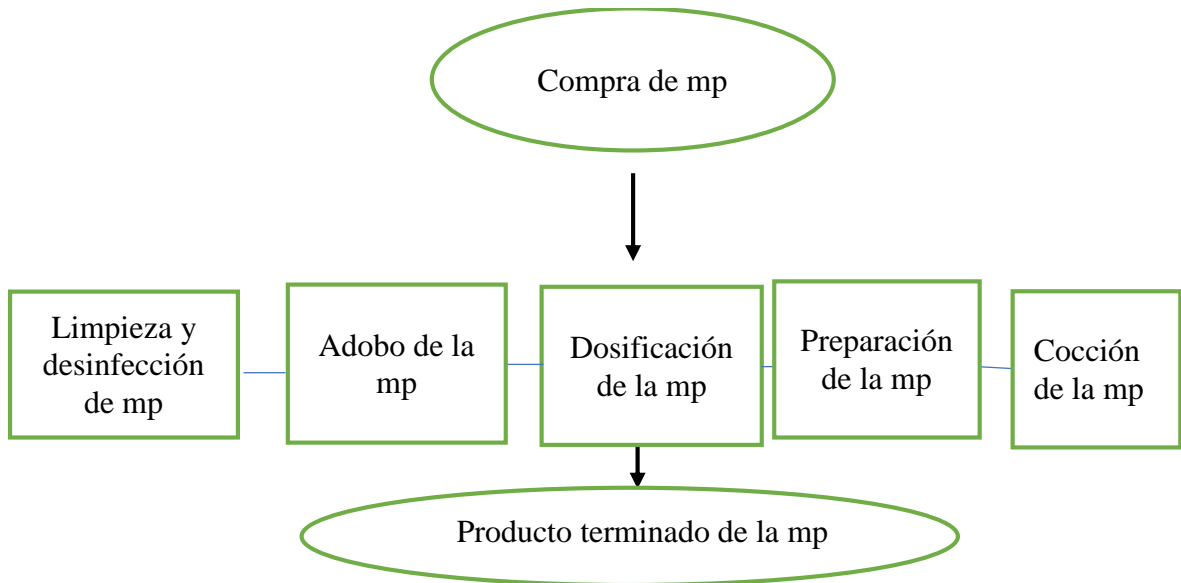
Fuente: Elaboración propia

8.2.4 Estrategia de distribución

Se realizarán dos formas de distribución, la principal es la directa en el punto de venta, y servicio domicilio ya sea solicitada telefónicamente y whatsapp.

8.3 ANÁLISIS TÉCNICO

Figura 9. Proceso de la materia prima

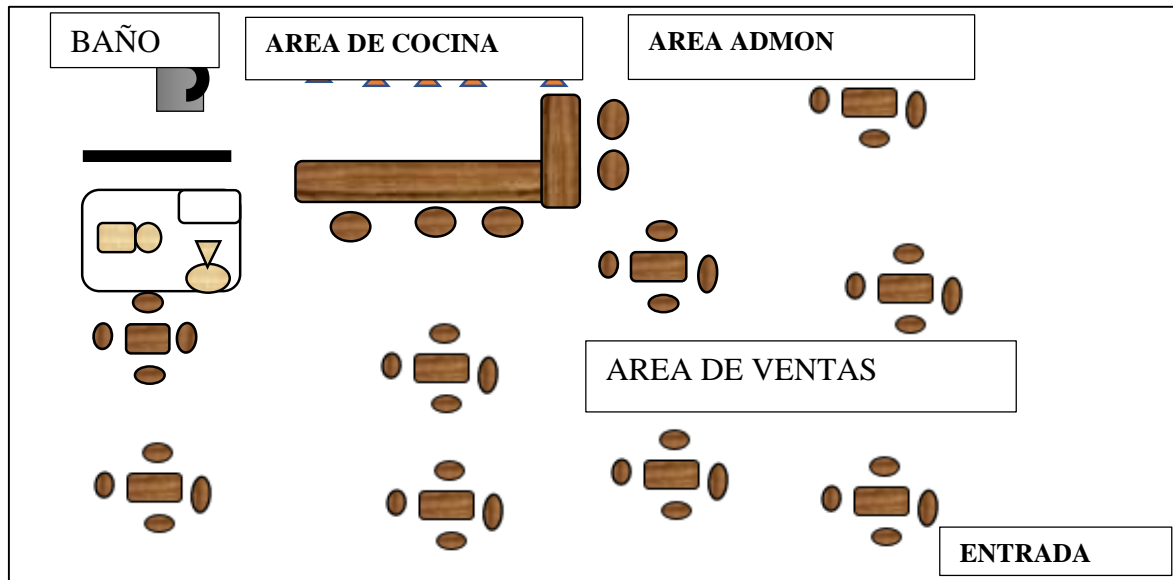


Fuente: Elaboración propia

Restaurante de comidas típicas vallecaucanas Mi Gente estará ubicado en la dirección kr 7r No 73-155 esquina en la comuna 7 barrio Alfonso López tercera etapa primer piso, cuenta con servicio de agua potable, alcantarillado, energía, recolección de basura e internet, es de fácil acceso ya que está cerca de tres de las principales vías en la ciudad de Cali, como lo son la av. ciudad de Cali, carrera 8ª, y la calle 70 (la autopista sur oriental) por lo que se puede utilizar el transporte público como buses aun en circulación, piratas y el masivo (MIO)

El local cuenta con un espacio interno de 15*10mts en el cual se utilizaría como cocina, las mesas se ubicarían en la parte exterior del local ya que se cuenta con suficiente espacio, construcción residencial, no hay posibilidad de expansión, cuenta con un baño de servicio

Figura 10. Distribución del Establecimiento



Fuente Elaboración fuente propia

8.3.1 Plan de compras

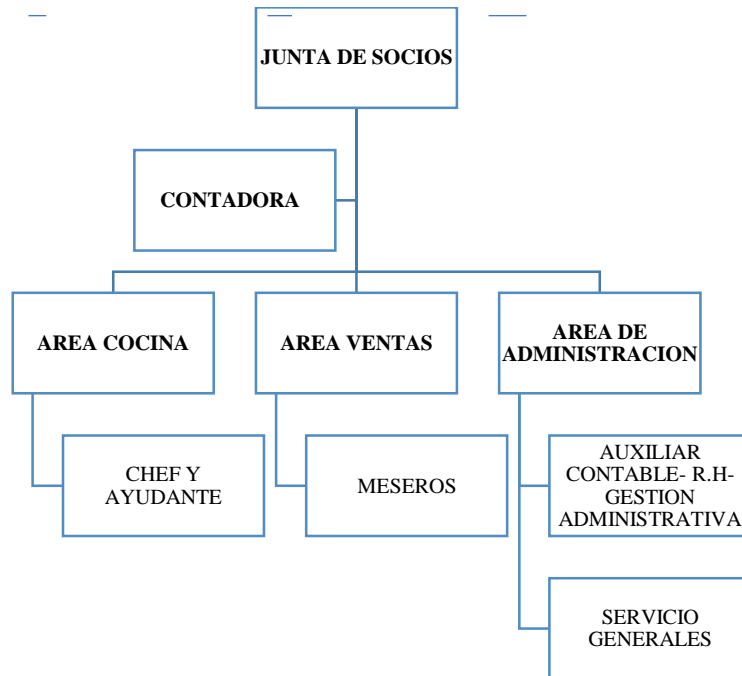
La programación y distribución de las compras en el restaurante será responsabilidad del administrador, el protocolo inicia en el área de cocina, donde deben sacar un informe dos veces por semana del inventario para tener en cuenta la rotación de los productos y saber que se debe pedir, después que se realicen los respectivos pedidos a cada proveedor y lleguen al restaurante se entregan al área de cocina para que realicen el respectivo proceso de limpieza, desinfección, organización y empaque para luego poder preparar el producto final.

8.4 ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

8.4.1 Estructura Organizacional

A continuación, se plantea la estructura de la organización.

Figura 11. Estructura Organizacional



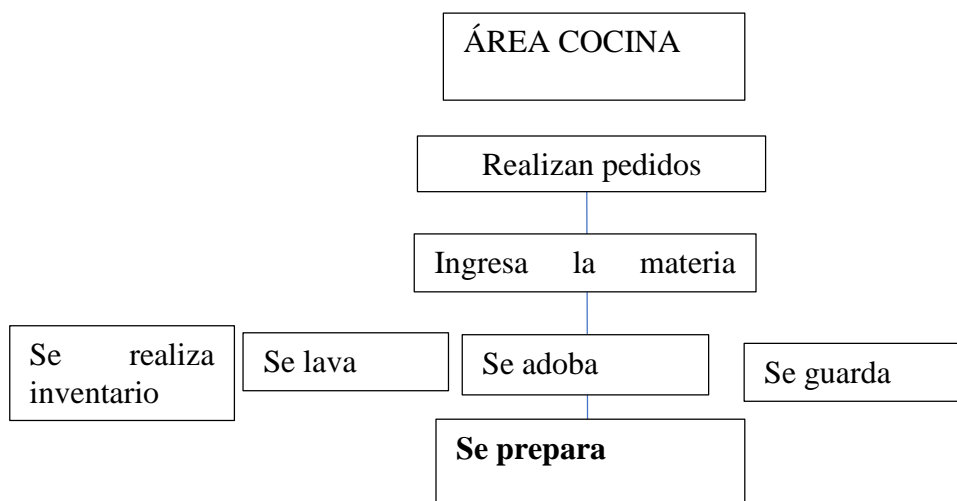
Fuente: Elaboración propia

La estructura organizacional se compone primero de la junta de socios, la contadora es contratada por prestación de servicios por eso toma un lugar externo y después se desprende lo que son las áreas de la organización el área de cocina, el área de ventas y el área de administración.

8.4.1.1 Área de Cocina:

El área de cocina se encarga la preparación de los platos, se manipula los productos, se transforma y se distribuye el plato para el pedido al área de ventas, en esta área cocina estará compuesto por un chef y auxiliar de concina.

Figura 12. Proceso Área de Cocina



Fuente: Elaboración propia

Manual de funciones en área de la cocina

Tabla 6. Manual de funciones área de Cocina

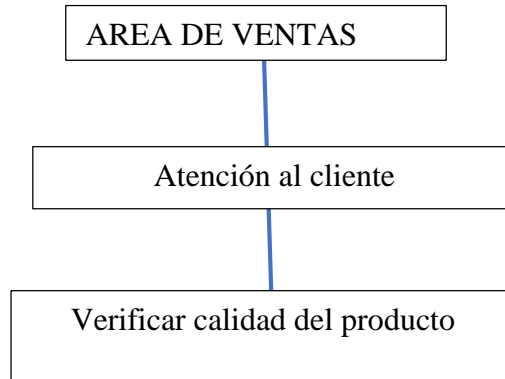
CARGO	FUNCIONES	PERFIL
Chef	Adobar las carnes Separar por porciones la materia prima Cocinar Verificar el sabor de las comidas	Capacidad de innovación y creatividad en los pedidos. Capacidad de organización de manera rápida y eficiente Trabajo en equipo Conocimiento en los estándares higiene en la cocina. Estudio profesional Chef
Ayudante de cocina	Realizar inventario Informar los faltantes en materia prima y demás productos Picar verduras Arreglar todo para que el chef pueda cocinar Servir los platos Organizar los pedidos	Capacidad de organización de manera rápida y eficiente Trabajo en equipo Conocimiento en los estándares higiene en la cocina. Estudios técnicos en cocina

Fuente: Elaboración propia

8.4.1.2 Área de Ventas:

Es el área que se encargará de realizar la atención a los clientes de verificación de la calidad del producto y organización del espacio del cliente durante su llegada y retiro el cual estará compuesto por un mesero.

Figura 13. Proceso Área de Ventas



Fuente: Elaboración propia

Manual de funciones en el área de las ventas

Tabla 7. Manual de funciones en el área de Venta

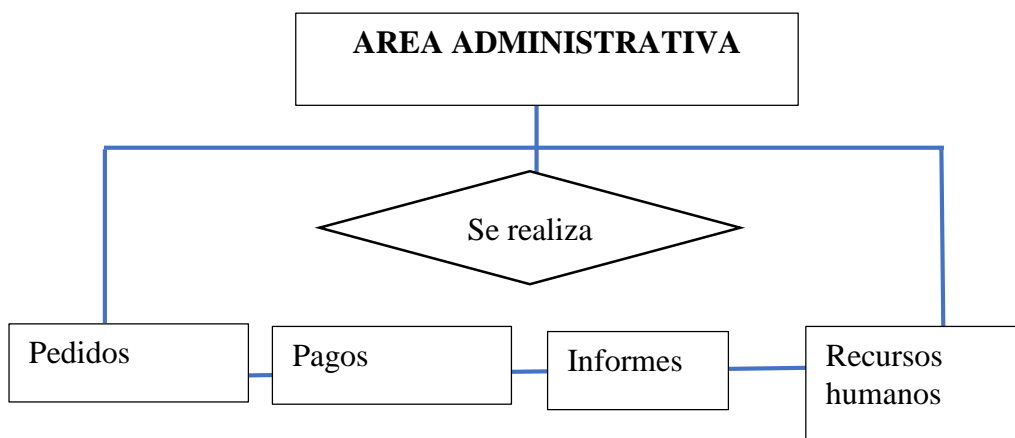
CARGO	FUNCIONES	PERFIL
-Meseros	-Atender las mesas -Verificar la calidad del producto -Organizar Mesas después de que el cliente se va	-Trabajo en Equipo -Disposición de servir -Tener buenas relaciones interpersonales -Organizar tiempo y manejo Agilidad para la toma de pedidos

Fuente: Elaboración propia

8.4.1.3 Área de Administración:

El área de administración se encargará de todo el proceso financiero, contable, administrativo y de recursos humanos y gestión para toma del pedido contacto directo con el cliente.

Figura 14. Proceso de Área Admirativa



Fuente: Elaboración propia

Tabla 8. Manual de funciones Área administrativa

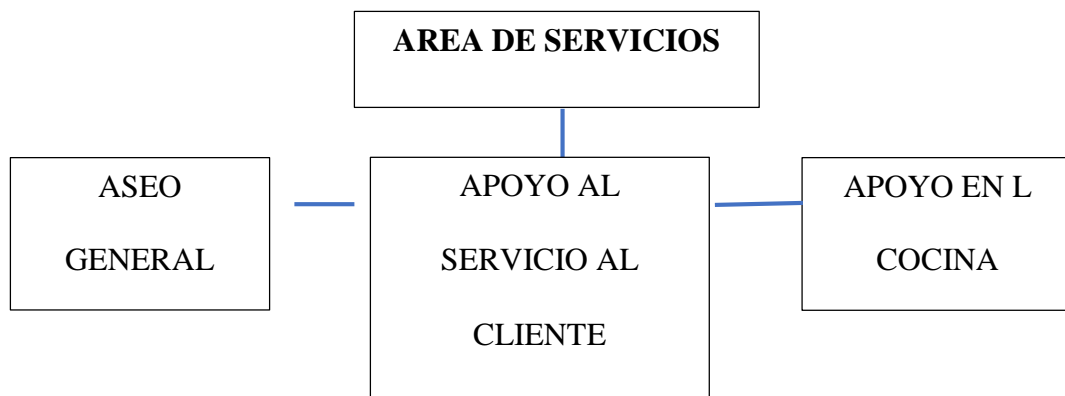
CARGO	FUNCIONES	PERFIL
Auxiliar contable, Recursos Humanos y Gestión administrativa	Realizar pedidos a los proveedores Realizar pago a los proveedores Realizar informe a los dueños Cuadre diario de caja Encargado de apertura y cierre Pagar nomina Pagar los costos fijos Realizar cotizaciones Encargado del sistema de gestión seguridad y salud en el trabajo Encargado de recursos humanos	Experiencia en el área contable, administrativa. Conocimiento en Manejo de personal, atención al cliente, Habilidades para trabajar en equipo, capacidad analítica y con excelentes relaciones Interpersonales Buena comunicación e interés por aprender y mejorar mis conocimientos intelectuales en la parte Contable, administrativa y Financiera. Conocimiento SGST

Fuente: Elaboración propia

8.4.1.4 Área de servicios generales:

El área de servicios generales se encargará del aseo en la cocina, de atención en la cocina cuando lo requiera para la manipulación de un producto para el área de cocina, de asear las mesas, organización y aseo del establecimiento y demás quehaceres que se presenten.

Figura 15. Procesos de Área de Servicios



Fuente: Elaboración propia

Tabla 9. Manual de Funciones en el Área de servicios Generales

CARGO	FUNCIONES	PERFIL
Oficios Varios y aseo General	<ul style="list-style-type: none"> -Barrer y trapear el establecimiento -Lavar y secar platos -Organización de la cocina -Apoyo en las mesas -Organización de mesas -Otorgar productos cuando lo requiera el área de cocina -Otros oficios 	<ul style="list-style-type: none"> -Trabajo en Equipo -Disposición de servir -Tener buenas relaciones interpersonales -Organizar tiempo y manejo en la en el aseo. -Agilidad para la toma de pedidos -Conocimiento en Limpieza y desinfección

Fuente: Elaboración propia

8.5 ANÁLISIS LEGAL, AMBIENTAL, SOCIAL

El tipo de sociedad de restaurante de comidas típicas vallecaucanas Mi Gente en la ciudad de Cali, sociedad por acciones simplificada (S.A.S).

Procedimiento para creación de empresa, consultar nombre en el RUES, preparar la papelería, inscripción en la cámara de comercio, crear cuenta de ahorros, tramitar el RUT definitivo, tramitar el registro mercantil definitivo, resolución de facturación y firma digital. (puc.com.co)

Los aspectos tributarios, impuesto de renta, impuesto al consumo gravado al 8%, bimestral, retención en la fuente, la auto renta, impuesto de industria y comercio

Por otro lado, se debe pagar la seguridad social y prestaciones sociales de los colaboradores. Para cumplir con las reglas, los restaurantes deben ajustarse a las disposiciones sanitarias contenidas el Decreto 3075 del 1997 del Ministerio de Protección Social, el cual trata sobre las Buenas Prácticas de Manufactura, BPM.

"El Programa de Vigilancia y Control de Alimentos del Distrito, viene recordándole a los propietarios de restaurantes los requisitos higiénico-sanitarios que exige la Ley para que puedan funcionar sin poner en riesgo la salud de la comunidad, y además estamos haciéndoles inspección a los establecimientos, dándoles un tiempo perentorio para que mejoren, o de lo contrario, se le aplicarán las medidas sanitarias de seguridad sancionatorias" (eluniversal.com.co, 2011)

En cuanto al medio ambiente los riesgos de contaminación por esas emisiones, efluentes y residuos son altamente probables, por lo cual se establecerá una serie de procedimientos que ayuden a la protección del medio ambiente y de la comunidad, fomentando y concientizando a los colaboradores el método del reciclaje como por ejemplo: que separen los residuos orgánicos, plásticos, cartón y vidrios para entregarlos a las entidades correspondientes, el uso de los aceites de fritos se deben guardar en tarros plásticos y contactar a una empresa que se encarga de dicha recolección para reutilizarlos en otras actividades, al mismo tiempo se colocara una trampa de aceite en desagüe del lavaplatos para evitar o disminuir la contaminación con el aceite en el agua.

Por el lado social, la implementación de este plan de negocio del restaurante de comidas típicas vallecaucanas Mi Gente en el barrio Alfonso López tercera etapa, es un aspecto positivo para la comunidad ya que tendrá un aumento en el desarrollo comercial de la zona y fomentaran empleos.

La responsabilidad social y ambiental hoy en día en las empresas es de mucha importancia se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido. El sistema de evaluación de desempeño conjunto de la organización en estas áreas es conocido como el triple resultado.

La responsabilidad social corporativa va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, dando por supuesto su respeto y su estricto cumplimiento. En este sentido, la legislación laboral y las normativas relacionadas con el medio ambiente son el punto de partida con la responsabilidad ambiental. El cumplimiento de estas normativas básicas no se corresponde con la responsabilidad social, sino con las obligaciones que cualquier empresa debe cumplir

simplemente por el hecho de realizar su actividad. Sería difícilmente comprensible que una empresa alegara actividades de RSE, si no ha cumplido o no cumple con la legislación de referencia para su actividad.

Bajo este concepto de administración y de gestión, se engloban un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental. Los antecedentes de la RSE se remontan al siglo XIX, en el marco del cooperativismo y el asociacionismo que buscaban conciliar eficacia empresarial con principios sociales de democracia, autoayuda, apoyo a la comunidad y justicia distributiva. Sus máximos exponentes en la actualidad son las empresas de economía social, por definición, empresas socialmente responsables.¹

El concepto de responsabilidad social empresarial tiene diversas acepciones, dependiendo de quién lo utilice. Las más holísticas y progresistas, hacen referencia a que una empresa es socialmente responsable cuando en su proceso de toma de decisiones valora el impacto de sus acciones en las comunidades, en los trabajadores y en el medio ambiente, e incorpora efectivamente sus intereses en sus procesos y resultados. (responsabilidad social wikipedia)

8.6 ANÁLISIS ECONÓMICO

8.6.1 Inversión inicial

Se realizará un aporte por de los socios de \$30.000.0000 el cual se distribuirá un valor de \$21.968.000 para la compra de activos fijos y el disponible restante será para los gastos de constitución.

Tabla 10. Inversión inicial

CAPITAL SOCIAL	\$ 30.000.000
INVERSION DE ACTIVOS FIJOS	\$ (21.968.000)
DISPONIBLE	\$ (8.032.000)
TOTAL	\$ (30.000.000)

Fuente: Elaboración propia

8.6.1.1 Activos fijos

Se realizarán inversiones de activos fijos de acuerdo a las necesidades de cada dependencia en las áreas de cocina, ventas y administración.

Tabla 11. Activos fijos

MUEBLES Y ENSERES	UNIADAS	VALOR TOTAL	VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL
COLADOR	9	\$ 9.000	3	\$ 3.000
ESCURRIDOR	6	\$ 90.000	3	\$ 30.000
PLATERO	6	\$ 120.000	3	\$ 40.000
TARROS SALSAS	30	\$ 60.000	3	\$ 20.000
SALERO	45	\$ 90.000	3	\$ 30.000
ACHUELA	2	\$ 80.000	3	\$ 26.667
PIMENTERO	3	\$ 84.000	3	\$ 28.000
PICADOR DE VERDURAS	2	\$ 120.000	10	\$ 12.000
CUBIERTEROS	50	\$ 75.000	1	\$ 75.000
CAFETERA	2	\$ 140.000	5	\$ 28.000
CUCHARAS	50	\$ 50.000	5	\$ 10.000
CUCHILLOS	50	\$ 50.000	5	\$ 10.000
TENEDORES	50	\$ 50.000	5	\$ 10.000
JARRAS	20	\$ 160.000	5	\$ 32.000
RECIPIENTES	20	\$ 160.000	5	\$ 32.000
SERVILLETOS	15	\$ 120.000	3	\$ 40.000
ARROCERA	2	\$ 240.000	5	\$ 48.000
PICADOR DE PAPA	3	\$ 240.000	5	\$ 48.000
MESAS	10	\$ 500.000	10	\$ 50.000
INDIO	2	\$ 510.000	10	\$ 51.000
LICUADORA	4	\$ 320.000	10	\$ 32.000
VASOS	600	\$ 900.000	3	\$ 300.000
PLATOS	450	\$ 900.000	3	\$ 300.000
ASIENOS	50	\$ 1.400.000	5	\$ 280.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES		\$ 6.468.000		\$ 1.535.667
MAQUINARIA Y EQUIPO	UNIADAS	VALOR TOTAL	VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL
NEVERAS	1	\$ 1.200.000	3	\$ 400.000
FREIDORA INDUSTRIAL	1	\$ 1.700.000	10	\$ 170.000
ESTUFA INDUSTRIAL	2	\$ 2.800.000	10	\$ 280.000
COCINA INTEGRAL	1	\$ 3.000.000	10	\$ 300.000
ENFRIADORES	2	\$ 3.400.000	10	\$ 340.000
CAJA REGISTRADORA	1	\$ 500.000	5	\$ 100.000
MONITOR	1	\$ 500.000	5	\$ 100.000
COMPUTADOR	1	\$ 1.200.000	5	\$ 240.000
CÁMARA DE SEGURIDAD	1	\$ 200.000	5	\$ 40.000
CELULAR	1	\$ 1.000.000	3	\$ 333.333
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO		\$ 15.500.000		\$ 2.303.333
TOTAL INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS		\$ 21.968.000		\$ 3.839.000

Fuente: Elaboración propia

8.6.1.2 Gastos de Constitución i

El gasto de constitución según permisos correspondientes es de \$4.150.000

Tabla 12. Gastos de Constitución

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
CAMARA DE COMERCIO	\$ 700.000
REGISTRO INVIMA	\$ 3.000.000
MATRICULA PERSONA JURIDICA	\$ 130.000
BOMBEROS	\$ 200.000
INSCRIPCIÓN DE LIBROS	\$ 20.000
CONTROL DE PLAGAS	\$ 100.000
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 4.150.000

Fuente: Elaboración propia

8.6.2 Capital de trabajo

Para hallar el capital de trabajo se tomó como base el estado de la situación financiera en cual dio como resultado que el capital de trabajo neto año 11 fue de \$40.735.112

Formula

Capital de trabajo = total activo corriente – pasivos corrientes

Tabla 13. Capital de trabajo

ACTIVOS	AÑO 1
ACTIVOS CORRIENTES	
DISPONIBLE	106.229.840
CUENTAS POR COBRAR	-
INVENTARIO MATERIA PRIMA	83.561
INVENTARIO PRODUCTO TERM.	143.474
CAPITAL DE TRABAJO BRUTO	106.456.875
PASIVOS	
PROVEEDORES	1.747.740
IPOMCONSUMO 8% POR PAGAR	3.969.852
IMPUESTO DE RENTA POR PAGAR	26.523.510
PARA OBLIGACIONES LABORALES	8.494.010
CAPITAL DE TRABAJO NETO	40.735.112

Fuente: Elaboración propia

8.6.3 Presupuesto de Ingresos

Con base a la información del DANE y datos estadísticos del mercado se determinó las ventas presupuestadas a 3 años de las cuales se tomaron en cuenta las temporadas altas y bajas según fechas especiales durante el año como por ejemplo el mes de enero por puentes festivos y día de reyes, mayo mes de las madres, septiembre mes del día del amor y la amistad y mes de diciembre temporada de Navidad.

Tabla 14. Datos estadísticos

CRECIMIENTO POR AÑO			
DETALLE	%	Año 2	año 3
CRECIMIENTO		1%	1%
inflación promedio	1%	3,2%	3,8%

Fuente: Elaboración propia

Para la proyección de las ventas se toma base un porcentaje de crecimiento en este caso para empezar del 1% en el año 2 y 3 y para los costos se toma como base el promedio de la inflación.

Tabla 15. Presupuesto de Ingresos

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
SANCOCHO DE GALLINA	5.600	5.656	5.684
ARROZ ATOLLADO	4.000	4.040	4.060
TAMAL VALLUNO	3.000	3.030	3.045
CAZUELA DE MARISCO	4.200	4.242	4.263
AGUA DE PANELA	16.800	16.968	17.053
MARRANITAS	1.700	1.717	1.726
ABORRAJADOS	1.350	1.364	1.370
TOSTADOS DE PLATANO	1.700	1.717	1.726
CHAMPUS VALLUNO	2.920	2.949	2.964
LULADA VALLUNA	2.290	2.313	2.324
MANJAR BLANCO	1.140	1.151	1.157
ARROZ CON LECHE	980	990	995
TOTAL UNIDADES DE PLATOS A PRODUCIR	45.680	46.137	46.367

Fuente: Elaboración propia

Durante el primer año se estima ventas de \$258.343.819, para el segundo año \$ 262.121.628 y tercer año \$265.089.310.

Tabla 16. Presupuesto de Ingresos En Pesos

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
SANCOCHO DE GALLINA	22.433.116	22.722.462	22.957.681
ARROZ ATOLLADO	27.009.559	27.422.904	27.745.024
TAMAL VALLUNO	23.954.312	24.333.873	24.627.325
CAZUELA DE MARISCO	84.739.576	86.234.214	87.363.312
AGUA DE PANELA	46.475.102	46.951.389	47.364.930
MARRANTAS	5.590.602	5.655.499	5.709.798
ABORRAJADOS	7.044.912	7.145.459	7.225.126
TOSTADOS DE PLATANO	10.031.892	10.180.340	10.296.940
CHAMPUS VALLUNO	12.332.398	12.495.220	12.626.779
LULADA VALLUNA	12.316.063	12.493.502	12.633.772
MANJAR BLANCO	3.529.868	3.569.264	3.602.603
ARROZ CON LECHE	2.886.420	2.917.502	2.936.020
TOTAL UNIDADES DE PLATOS A PRODUCIR	258.343.819	262.121.628	265.089.310

Fuente: Elaboración propia

8.6.4 Costo de Venta

El costo de venta se determinó según las ventas pronosticadas realizando un presupuesto de la compra de la materia prima, determinado una tasa pregerminada para la mano de obra y costos indirectos de fabricación

Tabla 17. Tasa predefinida Año 1

Tasa predeterminada año 1		
Cif/unidades	563	Tasa predeterminada
MOD	685	Mano de obra

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18. Costo de Venta Unitario Año 1

Detalle	S. gallina	arroz atollado	Tamal Valluno	Cazuela de mariscos	Bebida	Marranitas	Aborrajados	Tostadas de Plátano	Champus Valluno	Lulada Valluna	Manjar banco	Arroz Con Leche
TOTAL, MP	755	2.128	2.744	8.840	135	396	1.361	1.702	864	1.441	300	224
MOD	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685
CIF	563	563	563	563	563	563	563	563	563	563	563	563
TOTAL, COSTO ESTANDAR X UNIDAD	2.003	3.376	3.992	10.088	1.383	1.644	2.609	2.951	2.112	2.689	1.548	1.473
PRECIO DE VENTA	4.006	6.752	7.985	20.176	2.766	3.289	5.218	5.901	4.223	5.378	3.096	2.945

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19. Tasa predefinida Año 2

Tasa predefinida año 2		
Cif/unidades	562	Tasa predefinida
MOD	685	Mano de obra

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20. Costo de Venta Unitario Año 2

Detalle	S. gallina	arroz atollado	Tamal Valluno	Cazuela de mariscos	Bebida	Marranitas	Aborrajados	Tostadas de Plátano	Champus Valluno	Lulada Valluna	Manjar banco	Arroz Con Leche
TOTAL MP	761	2.147	2.768	8.917	136	400	1.373	1.717	871	1.453	303	226
MOD	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685
CIF	562	562	562	562	562	562	562	562	562	562	562	562
TOTAL COSTO ESTANDAR X UNIDAD	2.009	3.394	4.015	10.164	1.384	1.647	2.620	2.965	2.118	2.701	1.550	1.474
PRECIO DE VENTA	4.017	6.788	8.031	20.329	2.767	3.294	5.241	5.929	4.237	5.402	3.100	2.948

Tabla 21. Tasa predefinida año 3

Tasa predefinida año 3		
cif/unidades	564	Tasa predefinida
MOD	688	Mano de obra

Fuente: Elaboración propia

Tabla 22. Costo de venta Unitario año 3

Detalle	S. gallina	arroz atollado	Tamal Valluno	Cazuela de mariscos	Bebida	Marranitas	Aborrajados	Tostadas de Plátano	Champus Valluno	Lulada Valluna	Manjar banco	Arroz Con Leche
TOTAL MP	768	2.165	2.792	8.995	137	403	1.385	1.732	879	1.466	305	\$ 228
MOD	688	688	688	688	688	688	688	688	688	688	688	\$ 685
CIF	564	564	564	564	564	564	564	564	564	564	564	\$ 562
TOTAL COSTO ESTANDAR X UNIDAD	2.019	3.417	4.044	10.246	1.389	1.654	2.636	2.984	2.130	2.718	1.557	\$ 1.476
PRECIO DE VENTA	4.039	6.833	8.087	20.492	2.778	3.309	5.273	5.967	4.260	5.435	3.113	\$ 2.952

Fuente: Elaboración propia

8.6.5 Presupuesto de materias primas, servicios e insumos

Para la compra de materia prima, servicios e insumos se determinó según precios promedio actuales y proyección según la inflación promedio.

Para el inventario de materia prima se determina como política dejar un inventario final en el área de cocina de 4 menús por cada producto, esto con el fin de dejar un stop en el área de cocina para la preparación del día ya que son alimentos perecederos.

Tabla 23. Presupuesto de Producción en Unidades

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
SANCOCHO DE GALLINA	5.604	5.656	5.684
ARROZ ATOLLADO	4.004	4.040	4.060
TAMAL VALLUNO	3.004	3.030	3.045
CAZUELA DE MARISCO	4.204	4.242	4.263
AGUA DE PANELA	16.804	16.968	17.053
MARRANITAS	1.704	1.717	1.726
ABORRAJADOS	1.354	1.364	1.370
TOSTADOS DE PLATANO	1.704	1.717	1.726
CHAMPUS VALLUNO	2.924	2.949	2.964
LULADA VALLUNA	2.294	2.313	2.324
MANJAR BLANCO	1.144	1.151	1.157
ARROZ CON LECHE	984	990	995
TOTAL UNIDADES DE PLATOS A PRODUCIR	45.728	46.137	46.367

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24. Presupuesto de materia prima Sancocho de Gallina

SANCOCHO DE GALLINA				
Ingredientes (Gramos)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
Ajo finamente picados	\$ 16.812	17.116	17.352	\$ 51.280
Guisama	\$ 56.040	57.053	57.839	\$ 170.933
Caldo de gallina	\$ 44.832	45.643	46.271	\$ 136.746
Azafrán o color	\$ 44.832	45.643	46.271	\$ 136.746
Sal al gusto	\$ 56.040	57.053	57.839	\$ 170.933
Arracacha	\$ 112.080	114.107	115.678	\$ 341.865
Cilantro picado	\$ 140.100	142.634	144.598	\$ 427.331
Perejil	\$ 168.120	171.160	173.517	\$ 512.798
Cebolla larga finamente picados	\$ 172.431	175.549	177.966	\$ 525.946
Yuca pelada y cortada	\$ 280.200	285.267	289.195	\$ 854.663
Arroz (Gramos)	\$ 896.640	912.856	925.425	\$ 2.734.920
Pollo o gallina entera	\$ 2.241.600	2.282.139	2.313.561	\$ 6.837.301
	\$ 4.229.727	\$ 4.306.222	\$ 4.365.512	\$ 12.901.461

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25. Presupuesto de materia prima Arroz Atollado

ARROZ ATOLLADO				
Ingredientes (Gramos)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
Aceite vegetal	\$ 572.000	582.178	590.194	\$ 1.744.373
Ajo finamente picados	\$ 24.024	24.451	24.788	\$ 73.264
Arroz (Gramos)	\$ 640.640	652.040	661.018	\$ 1.953.697
Azafrán o color	\$ 32.032	32.602	33.051	\$ 97.685
Caldo de gallina	\$ 32.032	32.602	33.051	\$ 97.685
Cebolla cabezona	\$ 66.733	67.921	68.856	\$ 203.510
Cebolla larga finamente picados	\$ 123.200	125.392	127.119	\$ 375.711
Chorizo	\$ 880.880	896.555	908.899	\$ 2.686.334
Cilantro picado	\$ 100.100	101.881	103.284	\$ 305.265
Comino	\$ 57.200	58.218	59.019	\$ 174.437
Costilla de cerdo	\$ 3.203.200	3.260.199	3.305.088	\$ 9.768.487
Guisama	\$ 80.080	81.505	82.627	\$ 244.212
Huevo	\$ 800.800	815.050	826.272	\$ 2.442.122
Lagarto de pierna de cerdo	\$ 1.201.200	1.222.575	1.239.408	\$ 3.663.183
Perejil	\$ 34.320	34.931	35.412	\$ 104.662
Pimentón rojo finamente picados	\$ 100.100	101.881	103.284	\$ 305.265
Pimienta	\$ 11.440	11.644	11.804	\$ 34.887
Sal al gusto	\$ 40.040	40.752	41.314	\$ 122.106
Tocino (Gramos)	\$ 360.360	366.772	371.822	\$ 1.098.955
Tomate chonto bien maduro	\$ 160.160	163.010	165.254	\$ 488.424
	\$ 8.520.541	\$ 8.672.160	\$ 8.791.563	\$ 25.984.265

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26. Presupuesto de materia prima de Tamal Valluno

TAMAL VALLUNO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
Aceite vegetal	\$ 429.143	436.634	442.646	\$ 1.308.422
Ajo finamente picados	\$ 18.024	18.339	18.591	\$ 54.954
Arvejas verdes precocidas	\$ 120.160	122.257	123.941	\$ 366.358
Azafrán o color	\$ 24.032	24.451	24.788	\$ 73.272
Caldo de gallina	\$ 24.032	24.451	24.788	\$ 73.272
Carne de cerdo picado en trozos	\$ 1.502.000	1.528.218	1.549.260	\$ 4.579.478
Cebolla larga finamente picados	\$ 92.431	94.044	95.339	\$ 281.814
Comino	\$ 17.166	17.465	17.706	\$ 52.337
Costilla de cerdo	\$ 2.403.200	2.445.149	2.478.816	\$ 7.327.165
Guisama	\$ 60.080	61.129	61.970	\$ 183.179
Hojas de plátano	\$ 300.400	305.644	309.852	\$ 915.896
Huevo	\$ 600.800	611.287	619.704	\$ 1.831.791
Maíz trillado	\$ 480.640	489.030	495.763	\$ 1.465.433
Papa amarilla pelada picada en cuadros	\$ 300.400	305.644	309.852	\$ 915.896
Pimienta	\$ 8.583	8.733	8.853	\$ 26.168
Pollo o gallina entera	\$ 1.201.600	1.222.575	1.239.408	\$ 3.663.583
Sal al gusto	\$ 30.040	30.564	30.985	\$ 91.590
Tocino (Gramos)	\$ 450.600	458.466	464.778	\$ 1.373.843
Tomate chonto bien maduro	\$ 120.160	122.257	123.941	\$ 366.358
Zanahoria	\$ 60.080	61.129	61.970	\$ 183.179
	\$ 8.243.570	\$ 8.387.467	\$ 8.502.951	\$ 25.133.988

Fuente: Elaboración propia

Tabla 27. Presupuesto de materia prima de Cazuela de Mariscos

CAZUELA DE MARISCOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
Caldo de gallina	\$ 33.632	34.232	34.703	\$ 102.568
Pimienta	\$ 12.011	12.226	12.394	\$ 36.631
1 cucharada de adobo completo	\$ 126.120	128.370	130.138	\$ 384.628
Crema de leche	\$ 126.120	128.370	130.138	\$ 384.628
Ajo finamente picados	\$ 50.448	51.348	52.055	\$ 153.851
Guisama	\$ 84.080	85.580	86.759	\$ 256.419
Sal al gusto	\$ 42.040	42.790	43.379	\$ 128.209
hojitas de laurel	\$ 42.040	42.790	43.379	\$ 128.209
Tomillo	\$ 42.040	42.790	43.379	\$ 128.209
Cebolla Larga, finamente picada	\$ 84.080	85.580	86.759	\$ 256.419
Aceite de oliva	\$ 420.400	427.901	433.793	\$ 1.282.094
Pimentón rojo finamente picados	\$ 105.100	106.975	108.448	\$ 320.523
Zanahoria	\$ 84.080	85.580	86.759	\$ 256.419
Tallos de apio finamente picados, incluso con las hojas	\$ 210.200	213.951	216.896	\$ 641.047
Almejas sin concha	\$ 807.168	821.570	832.882	\$ 2.461.620
Langostinos o camarones	\$ 10.089.600	10.269.627	10.411.026	\$ 30.770.254
lata de leche de coco	\$ 840.800	855.802	867.586	\$ 2.564.188
calamares anillos	\$ 12.612.000	12.837.034	13.013.783	\$ 38.462.817
1/2 taza de vino blanco	\$ 5.044.800	5.134.814	5.205.513	\$ 15.385.127
Filetes de pescado blanco cortado en trozos medianos	\$ 6.306.000	6.418.517	6.506.891	\$ 19.231.409
	\$ 37.162.759	\$ 37.825.850	\$ 38.346.660	\$ 113.335.269

Fuente: Elaboración propia

Tabla 28. Presupuesto de materia prima de Agua de Panela

AGUA DE PANELA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
Limón	\$ 168.040	171.160	173.517	\$ 512.718
Panela	\$ 2.100.500	2.139.506	2.168.964	\$ 6.408.970
	\$ 2.268.540	\$ 2.310.666	\$ 2.342.481	\$ 6.921.687

Fuente: Elaboración propia

Tabla 29. Presupuesto de materia prima de Marranitas

MARRANITAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
Ajo finamente picados	\$ 20.448	20.784	21.070	\$ 62.302
Sal al gusto	\$ 17.040	17.320	17.558	\$ 51.918
Aceite vegetal	\$ 243.429	247.426	250.833	\$ 741.687
Tocino (Gramos)	\$ 127.800	129.899	131.687	\$ 389.386
Platano Verde	\$ 266.250	270.622	274.348	\$ 811.220
	\$ 674.967	\$ 686.050	\$ 695.496	\$ 2.056.512

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30. Presupuesto de materia prima de Aborrajados

ABORRAJADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
Sal al gusto	\$ 13.540	13.754	13.943	\$ 41.237
Azúcar	\$ 24.618	25.007	25.352	\$ 74.977
Harina de Trigo	\$ 40.620	41.262	41.830	\$ 123.712
Aceite vegetal	\$ 193.429	196.485	199.191	\$ 589.104
Huevo	\$ 270.800	275.079	278.867	\$ 824.746
Queso blanco (Mozzarella)	\$ 677.000	687.698	697.167	\$ 2.061.865
Plátano Maduro	\$ 284.340	288.833	292.810	\$ 865.983
Leche	\$ 338.500	343.849	348.583	\$ 1.030.933
	\$ 1.842.847	\$ 1.871.968	\$ 1.897.743	\$ 5.612.558

Fuente: Elaboración propia

Tabla 31. Presupuesto de materia prima de Tostados de Plátano

TOSTADOS DE PLATANO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
Sal al gusto	\$ 8.520	8.660	8.779	\$ 25.959
Ajo finamente picados	\$ 10.224	10.392	10.535	\$ 31.151
Pimienta	\$ 7.303	7.423	7.525	\$ 22.251
Cebolla cabezona	\$ 14.200	14.433	14.632	\$ 43.265
Cebolla Larga, finamente picada	\$ 34.080	34.640	35.117	\$ 103.836
Tomate chonto bien maduro	\$ 68.160	69.279	70.233	\$ 207.672
Carne Para desmechar	\$ 1.278.000	1.298.986	1.316.871	\$ 3.893.856
Pechuga de pollo	\$ 852.000	865.990	877.914	\$ 2.595.904
Tocino (Gramos)	\$ 255.600	259.797	263.374	\$ 778.771
Platano Verde	\$ 372.750	378.871	384.087	\$ 1.135.708
	\$ 2.900.837	\$ 2.948.471	\$ 2.989.067	\$ 8.838.374

Fuente: Elaboración propia

Tabla 32. Presupuesto de materia prima de Champús Valluno

CHAMPUS VALLUNO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
Hojas de Naranja Agrio	\$ 116.960	118.997	120.636	\$ 356.593
Canela	\$ 13.495	13.730	13.920	\$ 41.145
Clavos de olor	\$ 8.772	8.925	9.048	\$ 26.744
Azucar	\$ 265.818	270.448	274.172	\$ 810.439
Maiz	\$ 292.400	297.493	301.589	\$ 891.482
Panela	\$ 365.500	371.866	376.987	\$ 1.114.353
Lulo	\$ 877.200	892.480	904.768	\$ 2.674.447
Piña	\$ 584.800	594.986	603.178	\$ 1.782.965
	\$ 2.524.946	\$ 2.568.926	\$ 2.604.297	\$ 7.698.169

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33. Presupuesto de materia prima de Lulada Valluna

LULADA VALLUNA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
Limón	\$ 22.940	23.331	23.652	\$ 69.923
Lechera	\$ 550.560	559.939	567.649	\$ 1.678.148
Azucar	\$ 208.545	212.098	215.018	\$ 635.662
Hielo	\$ 1.147.000	1.166.540	1.182.602	\$ 3.496.142
Lulo	\$ 1.376.400	1.399.848	1.419.122	\$ 4.195.370
	\$ 3.305.445	\$ 3.361.756	\$ 3.408.043	\$ 10.075.245

Fuente: Elaboración propia

Tabla 34. Presupuesto de materia prima de Manjar Blanco

MANJAR BLANCO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
Panela	\$ 57.200	58.072	58.872	\$ 174.144
Leche	\$ 286.000	290.361	294.359	\$ 870.721
	\$ 343.200	\$ 348.434	\$ 353.231	\$ 1.044.865

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35. Presupuesto de materia prima de Arroz con Leche

ARROZ CON LECHE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
Azucar	\$ 8.945	9.077	9.202	\$ 27.224
Canela	\$ 15.138	15.361	15.572	\$ 46.071
Arroz (Gramos)	\$ 196.800	199.687	202.437	\$ 598.924
	\$ 220.884	\$ 224.124	\$ 227.210	\$ 672.219

Fuente: Elaboración propia

Tabla 36. Presupuesto de compra de Materia

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
SANCOCHO DE GALLINA	4.232.746	4.309.267	4.368.584
ARROZ ATOLLADO	8.529.053	8.680.746	8.800.225
TAMAL VALLUNO	8.254.547	8.398.540	8.514.120
CAZUELA DE MARISCO	37.198.119	37.861.518	38.382.639
AGUA DE PANELA	2.269.080	2.311.211	2.343.030
MARRANITAS	676.551	687.648	697.108
ABORRAJADOS	1.848.291	1.877.460	1.903.282
TOSTADOS DE PLATANO	2.907.646	2.955.339	2.995.996
CHAMPUS VALLUNO	2.528.400	2.572.411	2.607.812
LULADA VALLUNA	3.311.209	3.367.570	3.413.908
MANJAR BLANCO	344.400	349.644	354.452
ARROZ CON LECHE	221.782	225.030	228.124
TOTAL COMPRAS	72.321.824	73.596.384	74.609.280

Fuente: Elaboración propia

8.6.6 Presupuesto de pago a proveedores

Para el pago proveedores se determina cancelar facturas un 80% de contado y un 20% a 30 días.

Tabla 37. Presupuesto de pago a proveedores

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
SALDO INICIAL	\$ -	\$ 1.747.740	\$ 1.226.606	\$ 2.974.346
CONTADO 80%	\$ 57.857.459	\$ 58.877.107	\$ 59.687.424	\$ 176.421.991
CREDITO A UN MES 20%	\$ 12.716.625	\$ 13.492.670	\$ 13.678.368	\$ 39.887.663
TOTAL PAGO A PROVEEDORES	\$ 70.574.084	\$ 74.117.518	\$ 74.592.398	\$ 219.284.000

Fuente: Elaboración propia

8.6.6 Presupuesto de Mano de Obra Directa

Tabla 38. Presupuesto de Mano de Obra Directa

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
SALARIO	\$ 19.874.784	\$ 20.048.191	\$ 20.223.112
AUXILIO DE TRANSPORTE	\$ 2.328.768	\$ 2.349.087	\$ 2.369.582
CESANTIAS	\$ 1.849.556	\$ 1.865.693	\$ 1.881.971
INTERES CESANTIAS	\$ 222.036	\$ 223.973	\$ 225.927
PRIMAS	\$ 1.849.556	\$ 1.865.693	\$ 1.881.971
VACACIONES	\$ 828.778	\$ 836.010	\$ 843.304
SALUD 8,5%	\$ 1.689.357	\$ 1.704.096	\$ 1.718.965
PENSION 12%	\$ 2.384.974	\$ 2.405.783	\$ 2.426.773
ARP	\$ 103.746	\$ 104.652	\$ 105.565
SENA 2%	\$ 397.496	\$ 400.964	\$ 404.462
ICBF 3%	\$ 596.244	\$ 601.446	\$ 606.693
CAJA DECOMPESACION FAMILIAR 4%	\$ 794.991	\$ 801.928	\$ 808.924
TOTAL	\$ 32.920.285	\$ 33.207.515	\$ 33.497.250
DEDUCCIONES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
SALUD 4%	\$ 794.991	\$ 801.928	\$ 808.924
PENSIÓN 4]%	\$ 794.991	\$ 801.928	\$ 808.924
Total	\$ 1.589.983	\$ 1.603.855	\$ 1.617.849

Fuente: Elaboración propia

8.6.7 Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación

Tabla 39. Presupuesto de C.I.F

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
NOMINA	\$ 15.665.151	\$ 15.801.830	\$ 15.939.701
ARRENDAMIENTO	\$ 4.200.000	\$ 4.236.645	\$ 4.273.610
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 2.520.000	\$ 2.541.987	\$ 2.564.166
ELEMENTOS DE ASEO	\$ 336.000	\$ 338.932	\$ 341.889
DEPRECIACIÓN	\$ 3.025.667	\$ 3.025.667	\$ 3.025.667
TOTAL COSTOS IF	\$ 25.746.818	\$ 25.945.060	\$ 26.145.032

Fuente: Elaboración propia

8.6.8 Presupuesto de otros gastos de Administración y Ventas

Tabla 40. Gastos de Administración

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
SALARIO	19.874.784	20.048.191	20.223.112
AUXILIO DE TRANSPORTE	2.328.768	2.349.087	2.369.582
CESANTÍA	1.849.556	1.865.693	1.881.971
INTERÉS SOBRE CESANTÍA	222.036	223.973	225.927
PRIMA	1.849.556	1.865.693	1.881.971
VACACIONES	828.778	836.010	843.304
SALUD 8,5%	1.689.357	1.704.096	1.718.965
PENSION 12%	2.384.974	2.405.783	2.426.773
ARP	103.746	104.652	105.565
SENA 2%	397.496	400.964	404.462
ICBF 3%	596.244	601.446	606.693
CAJA DECOMPESACION FAMILIAR 4%	794.991	801.928	808.924
PAPELERIA -ADMINISTRACIÓN	288.000	290.513	293.048
ELEMENTOS DE ASEO	96.000	96.838	97.683
ARRENDAMIENTO	1.200.000	1.210.470	1.221.031
SERVICIOS PÚBLICOS	900.000	907.853	915.774
HONORARIOS	8.400.000	8.473.290	8.547.219
GASTOS LEGALES	4.150.000		
DEPRECIACIÓN	480.000	480.000	480.000
TOTAL	48.434.285	44.666.478	45.052.005

Fuente: Elaboración propia

Tabla 41. Gastos de Venta

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ARRENDAMIENTO	600.000	605.235	610.516
SERVICIOS PUBLICOS	180.000	181.571	183.155
ELEMENTOS DE ASEO	48.000	48.419	48.841
PAPELERIA	192.000	193.675	195.365
PUBLICIDAD	600.000	605.235	610.516
DEPRECIACIÓN	333.333	333.333	333.333
TOTAL	1.953.333	1.967.468	1.981.726

Fuente: Elaboración propia

8.6.9 Deducciones tributarias

Por pertenecer al sector gastronómico se debe asumir una carga impositiva del 8% según ingresos por ventas el cual es catalogado como impuesto al consumo.

Tabla 42. Impuesto al consumo del 8%

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
SALDO INICIAL	-	3.969.852	3.494.955
IPOCONSUMO GENERADO	20.667.506	20.969.730	21.207.145
IPOCOSUMO PAGADO	16.697.654	17.474.775	17.672.621
SALDO POR PAGAR	3.969.852	3.494.955	3.534.524

Fuente: Elaboración propia

8.6.11 Análisis de costos

El restaurante de comidas típicas Vallecaucanas Mi Gente para no ganar ni perder debe tener un nivel de ventas durante el año 1 por valor de \$97.703.794, año 2 \$90.118.139 y año 3 \$ 90.892.835 según sus ingresos, costos fijos y variables.

Tabla 43. Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO EN VENTAS			
INGRESOS POR VENTAS	258343819	262121628	265089310
COSTOS FIJOS			
COSTOS DE ADMINISTRACIÓN	46844303	43062622	43434156
COSTOS DE VENTAS	1953333	1967468	1981726
TOTAL COSTOS FIJOS	48797636	45030090	45415882
COSTOS VARIABLES			
COSTO M.P	72238263	73596384	74609280
COSTO MOD	31330303	31603660	31879402
COSTO CIF	10081667	10143230	10205331
COSTO MO.I	15665151	15801830	15939701
TOTAL COSTOS VARIABLES	129315384	131145104	132633713
PUNTO DE EQUILIBRIO EN VENTAS	97703794	90118139	90892835

Fuente: Elaboración propia

8.7 ANÁLISIS FINANCIERO

8.7.1 Flujo de Caja

En el flujo de caja presupuestado se tomó de los ingresos y pagos que se realizaron durante los doce meses del año para tener un acumulado y poder deducir cual es el dinero disponible de la empresa proyectado a 3 años

El flujo de caja es positivo debido a que se determina que el costo de venta se obtenga una ganancia del 50% con el fin de poder obtener una mejor utilidad y se pueda cumplir con las obligaciones de los pagos correspondientes a proveedores, pagos por salarios, por prestaciones sociales, gastos de administración y ventas.

Tabla 44. Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO			
Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Efectivo			
Dinero disp. al inicio del periodo	8.032.000	106.229.840	168.568.425
Ventas de contado	279.011.325	283.091.358	286.296.455
Recaudos Cuentas por Cobrar	-		
Total ingresos	287.043.325	389.321.198	454.864.880
	-		
Pagos	-		
Pago a proveedores	70.574.084	74.117.518	74.592.398
Salario MOD	20.613.569	20.793.423	20.974.845
Carga prestacional MOD	5.469.574	5.517.296	5.565.434
Pago Prima MOD	1.849.556	1.865.693	1.881.971
CIF	7.056.000	7.117.564	7.179.664
CIF MOI	10.306.785	10.396.711	10.487.423
Carga prestacional MOI	2.734.787	2.758.648	2.782.717
Pago Prima MOI	924.778	932.847	940.986
Pago salarios administración	20.613.569	20.793.423	20.974.845
Pago prestaciones	5.469.574	5.517.296	5.565.434
Prima ADMON	1.849.556	1.865.693	1.881.971
Demás gastos de admón.	15.034.000	10.978.963	11.074.754
Demás gastos de venta	1.620.000	1.635.553	1.650.041
Impuesto de Renta pagado		26.523.510	27.502.859
Obligaciones laborales		8.494.010	8.568.120
Impuesto al consumo pagado		3.969.852	3.494.955
impuestos	16.697.654	17.474.775	17.672.621
	-		
TOTAL PAGOS	180.813.485	220.752.773	222.791.040
	-		
EXCENTE/DEFICIT EFECTIVO	106.229.840	168.568.425	232.073.840

Fuente: Elaboración propia

8.7.2 Estado de Resultado y Ganancias acumuladas

El estado de resultado del restaurante de comidas típicas Vallecucanas Mi Gente muestra una utilidad positiva con un costo de venta que representa un 50% de las ventas se observa un crecimiento de la utilidad del 1% proyectado para que este sea más real , se observa que para el año uno los gastos de administración son más altos debido a que se incurre a gastos de la constitución de la empresa.

Tabla 45. Estado de resultado y Ganancias acumuladas

Operaciones continuas	AÑO 1	%	AÑO 2	%	AÑO 3	%
Ingresos de Actividades Ordinarias	258.343.819	100%	262.121.628	100%	265.089.310	100%
Costo de venta	129.171.910	50%	131.145.104	50%	132.633.713	50%
Ganancia Bruta	129.171.910	50%	130.976.524	50%	132.455.597	50%
Gastos de Administración	46.844.303	18%	43.062.622	16%	43.434.156	16%
Gastos de Venta	1.953.333	1%	1.967.468	1%	1.981.726	1%
Otros Gastos	-	0%	-	0%	-	0%
Total Gastos	48.797.636	19%	45.030.090	17%	45.415.882	17%
Utilidad procedente de Operaciones continuas	80.230.799	31%	85.946.433	33%	87.039.716	33%
Impuesto de Renta	26.523.510	10%	27.502.859	10%	26.982.312	10%
Utilidad Neta del Periodo	53.850.763	21%	58.443.575	22%	60.057.404	23%

Fuente: Elaboración propia

8.7.3 Estado de la situación Financiera

En el año 0 se inicia con un capital de \$ 30.000.000 de los cuales se invierte para la compra de activos fijos y gastos de constitución

Según los porcentajes obtenidos en el análisis financiero proyectado a 3 años se observa que el Disponible en el año 1 representa 85%, año 2 del 92% y año 3 del 95%, la propiedad planta y equipo un 15% año 1, año 2 un 8% y año 3 un 4%, las obligaciones a terceros o pasivos, año 1 un 33%, año 2 un 22% y en el año 3 un 17%

Tabla 46. Estado de la Situación Financiera

	AÑO 0	%	AÑO1	%	AÑO 2	%	AÑO 3	%
ACTIVOS								
ACTIVOS CORRIENTES								
DISPONIBLE	8.032.000	27%	106.229.840	85%	168.568.425	92%	232.073.840	95%
INVENTARIO MATERIA PRIMA		0%	83.561	0%	84.290	0%	85.026	0%
INVENTARIO PRODUCTO TERM.		0%	143.474	0%	144.163	0%	145.077	0%
Subtotal Activos corrientes	8.032.000	27%	106.456.875	85%	168.796.878	92%	232.303.943	96%
				0%				
ACTIVOS NO CORRIENTES		0%		0%				
MAQUINARIA Y EQUIPO	15.500.000	52%	15.500.000	12%	15.635.238	9%	15.771.655	6%
MUEBLES Y ENSERES	6.468.000	22%	6.468.000	5%	6.524.433	4%	6.581.359	3%
DEPRECIACION ACUMULADA			3.839.000	3%	7.678.000	4%	11.517.000	5%
Subtotales activos no corrientes	21.968.000	73%	18.129.000	15%	14.481.671	8%	10.836.014	4%
						0%		0%
TOTAL ACTIVOS	30.000.000	100%	124.585.875	100%	183.278.549	100%	243.139.956	100%
PASIVOS								
PROVEEDORES		0%	1.747.740	1,	1.226.606	1%	1.243.488	1%
IPOMCONSUMO 8% POR PAGAR		0%	3.969.852	3%	3.494.955	2%	3.534.524	1%
IMPUESTO DE RENTA POR PAGAR		0%	26.523.510	21%	27.502.859	15%	26.982.312	11%
PARA OBLIGACIONES LABORALES		0%	8.494.010	7%	8.568.120	5%	8.642.877	4%
TOTAL PASIVOS	0	100%	40.735.112	33%	40.792.540	22%	40.403.201	17%
PATRIMONIO								
CAPITAL SOCIAL	30.000.000	100%	30.000.000	24%	30.191.671	16%	30.385.014	12%
UTILIDAD DEL EJERCICIO			53.850.763	43%	58.443.575	32%	60.057.404	25%
UTILIDAD ANTERIOR					53.850.763	29%	112.294.338	46%
						0%		0%
TOTAL PATRIMONIO	30.000.000	100%	83.850.763	67%	142.486.009	78%	202.736.756	83%
TOTAL PASIVO+ PATRIMONIO	30.000.000	100%	124.585.875	100%	183.278.549	100%	243.139.956	100%

Fuente: Elaboración propia

8.8 VIABILIDAD DEL PROYECTO

Tabla 47. Viabilidad del Proyecto

periodos	Cobros	pagos	flujo de caja neto	VPN- valor presente neto	TIR. Tasa interna de retorno	IR- índice de rentabilidad
			(30,000,000)			506,872,105
1	287,043,325	180,813,485	106,229,840			-30,000,000
2	389,321,198	220,752,773	168,568,425			
3	454,864,880	222,791,040	232,073,840	410,245,841	398%	17

506,872,105

inversión	-30,000,000
tasa de descuento	10%

Fuente: Elaboración propia

La tasa de oportunidad de retorno a 3 años es de 398% que si la tomamos año por año 132% y un valor presente Neto de \$410,245,841 a 3 años y por cada peso de la inversión recupero 17 pesos

9. CONCLUSIONES

Se puede concluir que la sociedad ha ido cambiando sus hábitos alimenticios a través del tiempo y esto se debe a las circunstancias que los rodean, hacen que acudan con más frecuencia a estos lugares, un restaurante se volvió el sitio favorito de la familia y amigos, un lugar con un ambiente agradable para tener cualquier tipo de conversación.

Gracias a la riqueza Gastronómica del Departamento del Valle del Cauca y ese favoritismo de las personas en los restaurantes se implementa la creación de un plan de negocio que permita ajustarse a la necesidad del cliente y que todos los conocimientos adquiridos durante la etapa lectiva de la universidad sean aplicados en este proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, C. E. (s.f.). Metodología . En C. E. Álvarez, *Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación* .
- Bonilla, I., & Dario, R. (2014). *tecnura*. Bogota.
- Cocina Colombia. (s.f.). *Cocina colombiana*. Obtenido de <https://cocina-colombiana.weebly.com/historia.html>
- Colombia.gastronomia.com*. (s.f.). Obtenido de Colombia.gastronomia.com: <https://colombia.gastronomia.com/noticia/6742/gastronomia-del-departamento-de-valle-del-cauca>
- Colombiamania*. (s.f.). Obtenido de colombiamania: <http://www.colombiamania.com/ciudades/cali.html>
- Crearunaempresaya*. (23 de 06 de 2012). Obtenido de crearunaempresaya: <https://crearunaempresaya.wordpress.com/2012/06/23/el-estudio-financiero-del-plan-de-negocios/>
- CreceNegocios.com*. (22 de 08 de 2019). Obtenido de creceNegocios.com: <https://www.crecenegocios.com/plan-de-negocios/>
- D'toluca.com*. (27 de 03 de 2017). Obtenido de dtoluca.com: <https://dtoluca.com/zonas-gastronomicas-de-cali/>
- Deleitese*. (07 de 05 de 2018). Obtenido de deleitese.co: www.deleitese.co/las-3-ciudades-colombianas-mas-visitadas-por-su-gastronomia-1133
- Dinero, R. (16 de 08 de 2018). *www.dinero.com*. *Dinero*. Obtenido de www.dinero.com: <https://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/empresarios-de-gastronomia-en-colombia/261016>
- Dinero.com*. (15 de 02 de 2018). Obtenido de [dinero.com](http://www.dinero.com): <https://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/como-van-los-restaurantes-en-colombia-2018/255322>
- El País*. (8 de 11 de 2019). Obtenido de <https://www.elpais.com.co>: <https://www.elpais.com.co/contenido-premium/asi-esta-el-panorama-de-la-gastronomia-calena-una-industria-que-cada-vez-sabe-mejor.html>
- El País. (8 de 11 de 2019). *el pais.com*. Obtenido de el.pais.com: <https://www.elpais.com.co/contenido-premium/asi-esta-el-panorama-de-la-gastronomia-calena-una-industria-que-cada-vez-sabe-mejor.html>
- El País. (28 de 06 de 2019). *El país.com*. Obtenido de El.pais.com: <https://www.elpais.com.co/economia/aumenta-el-desempleo-en-cali-cuales-son-las-estrategias-para-frenarlo.html>
- EL TIEMPO. (11 de 06 de 2010). *eltiempo.com*. Obtenido de eltiempo.com: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-4005527>
- El Tiempo. (16 de 04 de 2019). Se revoluciona la industria gastronómica en Colombia. *Se revoluciona la industria gastronómica en Colombia*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/cultura/gastronomia/se-revoluciona-la-industria-gastronomica-en-colombia-350696>

Eluniversal.com.co. (07 de 07 de 2011). Obtenido de <https://www.eluniversal.com.co/salud/restaurantes-ponerse-al-dia-con-normas-de-funcionamiento-32694-OQEU111843>

es.wikipedia.org. (s.f.). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Gastronom%C3%ADa_de_Colombia

Espinosa, R. (s.f.). *robertoespinosa.es.* Obtenido de <https://robertoespinosa.es/2014/03/25/como-elaborar-el-plan-de-marketing>

Google maps. (16 de 12 de 2019). *www.google.com/maps.* Obtenido de www.google.com/maps: <https://www.google.com/maps/place/Valle+del+Cauca/@3.9635626,-76.7977834,9z/data=!4m5!3m4!1s0x8e36f22a860c418f:0xeb83e1617a654ca0!8m2!3d3.8008893!4d-76.6412712>

Henao, J. D. (27 de 05 de 2009). *Comunicacion gastronomica.* Obtenido de comunicacion gastronomica: <https://comunicaciongastronomica.wordpress.com/2009/05/27/investigacion-gastronomica-del-valle-del-cauca/>

Itseller. (21 de 3 de 2018). *Itseller.* Obtenido de Itseller: <https://www.itseller.cl/2018/03/21/los-avances-tecnologicos-de-la-gastronomia/>

LA REPUBLICA. (30 de 07 de 2018). *larepublica.co.* Obtenido de [larepublica.co](https://www.larepublica.co/especiales/especial-valle-del-cauca/cali-es-la-sultana-de-los-1000-sabores-en-colombia-2754784): <https://www.larepublica.co/especiales/especial-valle-del-cauca/cali-es-la-sultana-de-los-1000-sabores-en-colombia-2754784>

LA REPÚBLICA. (28 de Octubre de 2019). <https://www.larepublica.co/>. Obtenido de <https://www.larepublica.co/>: <https://www.larepublica.co/especiales/elecciones-2020/en-el-nuevo-mapa-politico-coaliciones-se-quedaron-con-14-alcaldias-y-25-gobernaciones-2925864>

Medium.com. (24 de 11 de 2017). Obtenido de [medium.com](https://medium.com/@7mono/an%C3%A1lisis-del-libro-innovaci%C3%B3n-empresarial-de-rodri-go-varela-de-cero-a-la-oportunidad-de-empresa-7de5008b4eb9): <https://medium.com/@7mono/an%C3%A1lisis-del-libro-innovaci%C3%B3n-empresarial-de-rodri-go-varela-de-cero-a-la-oportunidad-de-empresa-7de5008b4eb9>

Micaheelmaggs. (14 de 10 de 2014). *cincodias.* Obtenido de [cincodias](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2014/10/14/recursos_pyme/1413276115_966011.html): https://cincodias.elpais.com/cincodias/2014/10/14/recursos_pyme/1413276115_966011.html

Nielsen. (26 de 10 de 2016). *38% DE LOS COLOMBIANOS COME FUERA DE SU HOGAR UNA O MÁS VECES A LA SEMANA.* Obtenido de Nielsen: <https://www.nielsen.com/co/es/insights/article/2016/38-por-ciento-de-los-colombianos-come-fuera-de-su-hogar-una-o-mas-veces-a-la-semana/>

Plandenegocios. (s.f.). Obtenido de [plandenegocios](https://www.dynamicbusinessplan.com/paso7-presupuestos): <https://www.dynamicbusinessplan.com/paso7-presupuestos>

Puc.com.co. (s.f.). Obtenido de <https://puc.com.co/p/como-constituir-una-sas-responsabilidad-social-wikipedia>

responsabilidad social wikipedia. (s.f.). Obtenido de [responsabilidad social wikipedia](https://es.wikipedia.org/wiki/Responsabilidad_social_corporativa): https://es.wikipedia.org/wiki/Responsabilidad_social_corporativa

Varela V., R. (2008). INNOVACIÓN EMPRESARIAL. Arte y ciencia en la creación de empresas. En R. Varela V., *INNOVACIÓN EMPRESARIAL. Arte y ciencia en la creación de empresas a* (Tercera ed., págs. 190-194). Santa Fe de Bogotá D.C: Pearson Educación de Colombia.

Web1.cali.gov.co. (s.f.).

Wikilibro. (22 de 05 de 2012). Obtenido de wikilibro:
https://www.eoi.es/wiki/index.php/Introducci%C3%B3n_al_an%C3%A1lisis_financiero_en_Finanzas

WIKIPEDIA. (25 de SEPTIEMBRE de 2017). *PLAN DE NEGOCIO*. Obtenido de WIKIPEDIA: (https://es.wikipedia.org/wiki/Plan_de_negocio)