

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDAS
AFRODISIACAS EN LA CIUDAD DE MONTERIA DEPARTAMENTO DE CORDOBA-
COLOMBIA**

LUIS ANGEL SANDOVAL GONZALEZ

SALLY LUZ MARTINEZ GOMEZ

MARIA LUISA NAVARRO MARTINEZ

TRABAJO DE GRADO CREACION DE EMPRESAS

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR - CUN

Montería, noviembre de 2018

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDAS
AFRODISIACAS EN LA CIUDAD DE MONTERIA DEPARTAMENTO DE CORDOBA-
COLOMBIA**

LUIS ANGEL SANDOVAL GONZALEZ

SALLY LUZ MARTINEZ GOMEZ

MARIA LUISA NAVARRO MARTINEZ

Trabajo de grado para optar al título de técnico en Administración de Empresas

TUTOR

LUIS ZUÑIGA MAGISTER EN ADMINISTRACION EDUCATIVA

TRABAJO DE GRADO CREACION DE EMPRESAS

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR - CUN

Montería, noviembre de 2018

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN5
 - 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA7
 - 1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA8
 - 1.3. JUSTIFICACION DEL PROBLEMA9
 - 1.4. OBJETIVOS10
 - 1.4.1. Objetivo general10
 - 1.4.2. Objetivos específicos10
2. MARCO REFERENCIAL11
 - 2.1. Marco Teóricos11
 - 2.2. MARCO CONCEPTUAL14
 - 2.3. MARCO TEMPORAL15
 - 2.4. MARCO ESPACIAL15
3. DISEÑO METODOLÓGICO16
 - 3.1. Método de Recolección de Información17
 - 3.2. Fuentes de Información Primaria17
 - 3.3. Fuente de Información Secundaria17
 - 3.4. Población, Universo y Muestra18
4. ANALISIS DE LA INFORMACION19

4.1. Estudio Naturaleza Del Proyecto19

5. ESTUDIO DE MERCADO20

5.1. Justificación y Antecedentes.21

5.2. Historia.21

5.3. Análisis del sector.22

5.4. Análisis del Mercado.23

5.4.1. Análisis de la competencia23

BIBLIOGRAFIA25

INTRODUCCIÓN

En la ciudad de Montería, hay un amplio sector de la economía que funciona y gira a través de la industria alimenticia, pero dicha industria está compuesta e integrada por diferentes factores que la hacen competitiva y dan razón de ser para que ésta esté al tanto de aquella necesidad tan importante para el hombre como lo es la alimentación.

Así mismo, la alimentación es una de las necesidades básicas más importantes para el hombre. En torno a la satisfacción de esta necesidad, surgen grandes, medianas y pequeñas empresas que se dedican a la producción y comercialización de alimentos.

Cabe destacar, que son muchos los aspectos que estimulan a presentar este plan de negocio además de lanzar al mercado un producto diferente como es las comidas afrodisiacas, para el sector seleccionado, que muestre la capacidad innovadora y creativa que permita despertar el espíritu empresarial que cada ser humano posee y que aún no conoce, además de arriesgarse a crear una empresa que seguramente en el futuro facilitará la formación y creación de una empresa propia (Clavijo & Chavez, 2015, pág. 6).

En este mismo orden de idea, la organización es tanto o más difícil que la creación de las mismas empresas; una empresa debe contar con una estructura integrada, que trabaje como un todo.

Por otra parte, el secreto del éxito en este tipo de negocio está en la innovación, tanto en la gastronomía y en el servicio al cliente, como en una ambientación diferente del lugar. Se crea con el fin de beneficiar a las personas del sector mediante un excelente servicio, permitiéndonos ofrecer una agradable atención al cliente donde se sientan a gusto, les permita regresar a degustar la calidad de comida y un ambiente familiar.

Además, esta idea de negocio consiste, en abrir un nuevo segmento en el mercado, el cual se integre por personas que en el área gastronómica, busquen nuevas y distintas sensaciones de las que se pueden obtener en un restaurante afrodisiaco, conjuntamente, un lugar íntimo donde experimenten las bondades de la comida afrodisiaca en un ambiente acorde y preparado a lo que

este tipo de clientes deseen. Se propone ofrecer un servicio distinto, innovador en esta zona, de alta calidad, un ámbito donde se puede degustar los mejores manjares afrodisíacos, donde el valor agregado del servicio apuntara a brindarles un ambiente de intimidad con una excelencia en la atención personalizada (Martinengo, 2016, pág. 1)

En relación con este último, para determinar el potencial de personas interesadas en este tipo de comidas se efectuó estudio de mercadeo a cinco estratos de la ciudad que poseen capacidad económica y gustos preferentes por las comidas, de aquí pudimos sacar la demanda que existente con las personas que desean consumir un plato Afrodisiaco diferente al tradicional, pero con recetas que satisfacen los paladares más exigentes de la gastronomía.

Ahora bien, al contemplar dentro del proyecto de estudio técnico, permite identificar la localización y ubicación estratégica dentro de la ciudad, como también el tamaño del establecimiento y los elementos con los cuales se implementara para su funcionamiento, la distribución y decoración son partes fundamentales para la aceptación del lugar (Caicedo & Jojoa, 2014, pág. 6)

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Industria Gastronómica Colombiana se encuentra en un momento excepcional de posicionamiento y renovación que influye de manera positiva en la imagen de los productos en el contexto Internacional. En los años recientes, la industria experimentada un desarrollo constante que se refleja en la creciente demanda y especialización del sector.

Así mismo, es necesario recalcar cambios demográficos y en estilos de vida de las personas, que han conducido a la creación de una oleada de nuevas empresas especializadas en los servicios de comidas, como las comidas afrodisiacas o restaurantes cerca de los puntos de trabajo. Los consumidores ocupados que laboran de lunes a viernes casi no pueden compartir tiempo con su familia, buscan disfrutarlo teniendo otra opción como la de salir a comer a las afueras de la ciudad para pasar un momento agradable con ellos, quieren comidas sabrosas, nutritivas y de calidad en un sitio agradable (Cabrera Grijalba, 2013)

Igualmente, en una sociedad tan cambiante, los seres humanos cada días son más exigente con el entorno que los rodea, haciendo que el pasado sea solo recuerdos difíciles de volver a imitar, es por eso que cada día existen nuevas tendencias en todos los ámbitos de la vida como por ejemplo en la alimentación, la forma de vestir, la forma de cómo trabajar, en fin, cada actuar es juzgado y puesto en juicio, siempre con el objetivo de crear y mantener nuevos y diversificados estándares que ayuden a satisfacer cada momento los requerimientos de los hombre y mujeres en el día a día, este convirtiéndose siempre en algo muy complejo.

Es decir, Montería es una ciudad Cultural y Agro ganadera, por ser patrimonio histórico de humanidad, por la ubicación estratégica y además por poseer una estructura logística apta para el traslado y recepción de visitantes. Su mayor fuente de ingresos se centra en el comercio, alimentación y demás servicios prestados a personas nacionales e internacionales, que vienen a gozar de la diversidad de ambientes físicos y culturales, pero como ya se había explicado antes se hace necesario proponer constantemente nuevas formas de acoger al ciudadano, de mantenerlo enamorado con la ciudad, a fin de poder captar mejores ingresos.

En este sentido cualquier alternativa de innovación es requerida, para seguir manteniéndose como uno de los sitios de la costa Caribe más atractivo (Vasquez Martelo, 2012)

Por otra parte, los síntomas de los alimentos afrodisíacos desde tiempos remotos el hombre ha tratado de buscar comidas afrodisíacas con el objetivo de mejorar sus relaciones sexuales.

A lo largo de la historia, se han mitificado determinados alimentos, exagerando sus efectos y dándoles propiedades que en realidad no tienen.

Lo mismo ocurre con algunos suplementos dietéticos que prometen incrementar nuestro libido o nuestro rendimiento en la cama y no hacen ninguna de las dos cosas.

En efecto, las causas de los alimentos afrodisíacos suelen funcionar estimulando los sentidos (vista, tacto, olfato y oído) y otros se toman en forma de comidas y bebidas. Y es que si con una cena íntima el romanticismo está asegurado, incluyendo alguno de estos alimentos afrodisíacos, el resultado será una larga noche de pasión. Todos ellos pueden encontrarse con facilidad, incluso algunos los tenemos ya en casa. Por ello, no resultará difícil pasar de la sobremesa al momento de pasión en esta noche dedicada al amor.

Además, se propone crear un restaurante con este servicio, diferente e innovador, dirigido para comensales de clase media-alta con el fin de brindar una experiencia única, y poco común en la ciudad de Guayaquil, resaltando la sensualidad y el romanticismo a través de los diferentes ingredientes que se encuentran en las distintas regiones del país, destacando la multiculturalidad (Alcivar Avila, 2015)

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es viable la puesta en marcha de un restaurante tipo afrodisíaco en la ciudad de Montería?

1.3. JUSTIFICACION DEL PROBLEMA

La sociedad, cada día, tiende a ser más acelerada por el tiempo, todo pasa más rápido ya el tiempo no alcanza, puesto que se ha convertido en un factor limitante. Las familias, los trabajadores y hasta los mismos niños, comen cada vez menos en sus casas. La tendencia está en alimentarse fuera del hogar, así que recurren a restaurantes, algo que les haga más fácil la vida, donde puedan socializar a la vez y ahorra tiempo (Chavez, Falcon, 2015).

La situación actual de la ciudad de Montería es óptima, ya que se encuentra en constante desarrollo, a medida que ha pasado el tiempo es notorio el incremento de establecimientos de comidas rápidas, enfocándose en el proyecto en analizar los nuevos restaurantes o desarrollo de los ya existentes, aumentando a la vez el deseo de las personas en probar la gastronomía ofrecida.

Siguiendo este mismo orden de ideas, el secreto del éxito en este tipo de negocio está en la innovación, tanto en la gastronomía y en el servicio al cliente, como en una ambientación diferente del lugar. Se crea con el fin de beneficiar a las personas del sector mediante un excelente servicio, permitiéndonos ofrecer una agradable atención al cliente donde se sientan a gusto, les permita regresar a degustar nuestra calidad de comida y nuestro ambiente familiar.

Cabe destacar, que la sociedad en general de Montería, especialmente la costeña, son consideradas personas noveleras y curiosas, por ende, al realizar un establecimiento que ofrezca un servicio diferente y personalizado, llamaría la atención (Alcivar Avila, 2015)

Igualmente, es de considerar que como restaurante se espera brindar beneficios no solo a los consumidores sino, también al entorno como lo son los clientes de todos los estratos sociales, y darles un lugar de confort en donde puedan salir de la rutina, comer platos diferentes y en un buen ambiente. Además de brindar más fuentes de trabajo tanto como a los futuros trabajadores, así como a los proveedores que estén en colaboración con el restaurante.

Además, uno de los beneficios a nivel Departamental que se quiere lograr, es el reconocimiento del restaurante de comida afrodisiaca, y hacer que Montería sea conocida también por este establecimiento.

En este sentido, se proponen varios puntos específicos para hacer de este un restaurante innovador, como lo son los nombres y presentación de platos, al igual que el ambiente ya que tendrá días con música en vivo, y la presentación de vestimenta de los meseros. El propósito de este proyecto es llamar la atención del consumidor y cambiar la mentalidad sobre los alimentos gastronómicos afrodisiacos, sintiéndose a gusto tanto en el restaurante como con su pareja (Alcivar, Avila, 2015).

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo general

Diseñar un plan de negocio para el montaje y gerencia de un restaurante de comidas afrodisiacas para las nuevas tendencias gastronómicas de la ciudad de Monteria departamento de córdoba –Colombia

1.4.2. Objetivos específicos

- ❖ Realizar un estudio de mercado para el restaurante de comidas afrodisiacas e implementar las estrategias de marketing mix.
- ❖ Determinar los costos operativos, costos de producción e infraestructura que se deben tener para la puesta en marcha del proyecto, así como los costos administrativos del mismo.
- ❖ Elaborar los estados financieros proyectados a 5 años con el fin de identificar la variabilidad financiera a corto, mediano y largo plazo.

MARCO REFERENCIAL

Marco Teóricos

Está claro que toda investigación lleva consigo una revisión previa de la temática a tratar, para ello existen una infinidad de métodos que logran demostrar el abordaje que ha tenido uno o varios temas durante los últimos años, de igual forma le dan una idea al investigador sobre qué tanto, o que poco, se ha tratado dicha temática y de esa forma pretender profundizar y hacer más relevante su investigación.

En primer lugar, se tiene que, en octubre de 2015, fue presentado en la facultad de especialidades empresariales, el trabajo especial de grado titulado **Estudio de Factibilidad de un restaurante temático de la cultura enfocado en la Gastronomía Afrodisíaca en el Ecuador**, llevado a cabo por Alcívar & Ávila, como requisito para optar el título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

(Alcívar, Ávila, 2015. P,17). El presente proyecto se trata de la creación de un Restaurante Afrodisíaco enfocado en las regiones del Ecuador, será un establecimiento ubicado en la Ciudad de Guayaquil en el centro comercial Aventura Plaza.

La idea de este restaurant es el poder brindar a la sociedad un establecimiento innovador y de mayor confort, teniendo un ambiente acogedor y así poder disfrutar de la comida y de la compañía resaltando la sensualidad a través de sus platos.

La creación de este proyecto nace al analizar que no existe un establecimiento parecido al que se ofrece dentro de la ciudad de Guayaquil, por lo que se estudió el mercado específico usando varios métodos como lo fueron las encuestas, generando resultados que demuestran que el restaurante de comida Afrodisíaca tendría acogida al ser un lugar diferente y que llama la atención de los posibles consumidores.

Al analizar un poco a las personas que habitan dentro de nuestro país, se llega a la conclusión que es una sociedad muy curiosa y le gusta probar lo nuevo pero que a la vez tienen mente conservadora, Ecuador está en un proceso de desarrollo por la cual la idea del restaurante es demostrar que la comida Afrodisiaca no tiene que ser vista vulgarmente para poder resaltar sensualidad entre las parejas, siendo esta una de las principales misiones del proyecto abrir un poco la mente conservadora de la gente que habita la Ciudad a probar nuevos tipos de platos con comida de nuestra propia cultura.

La inversión inicial será de \$35.143, el cual será financiado a través del Banco Nacional de Fomento (BNF) con un préstamo de \$15.000 y el saldo restante correspondiente a \$20.143 será de las aportaciones de los socios y se pudo certificar que es un proyecto rentable ya que se observó la TIR que salió un 77% el valor neto del van es de \$168.850 y aparte el xviii establecimiento tendrá un dinero a parte para poder cumplir con sus responsabilidades.

En esta misma labor de investigación y consulta se encontró el trabajo especial de grado titulado: **Plan de negocio de un restaurante afrodisíaco en la ciudad de Quito**, presentado en febrero de 2016, por coronel, salas, Carolina, en la facultad de Turismo y Hospitalidad, requisito para optar el título de Ingeniera en Administración Hotelera y Turismo.

(Coronel, Salas, 2014). Se conoce que la alimentación es una necesidad básica. Las diferentes culturas y naciones poseen productos propios de sus respectivas zonas. Existe gran variedad de tradiciones culinarias y autenticidad en sus sabores, así como en sus distintas formas de cocción que ayudan a dar un gusto especial a las comidas. Partiendo de ello, se puede decir que los alimentos y bebidas son importantes en la vida del ser humano, siendo actualmente la comida una forma de expresión, una forma de sorprender, atraer y conquistar y es considerada como arte. Este proyecto se centra en un estudio de pre factibilidad para la creación de un restaurante cuya temática e ideología se basa en ofrecer un menú afrodisíaco con el uso de productos ecuatorianos para así resaltar y dar a conocer la variedad de alimentos que existen en las diferentes zonas del país. Parte del objetivo de esta creación es fomentar el conocimiento del valor nutritivo de los ingredientes utilizados.

“Como sabréis, un afrodisíaco es una sustancia que incrementa el deseo sexual. En el mercado podemos encontrar por ejemplo alimentos afrodisíacos que nos ayudan a despertar nuestros instintos y elevar nuestra libido para que nuestro apetito sexual llegue a lo más alto. Pero cuidado con el lugar donde los consumes no vaya a ser que no puedas controlar tus ganas en un lugar público y no pases desapercibido...

Chakall es un chef argentino que tiene un restaurante afrodisíaco en Alemania en el que los comensales no pueden esperar ni a llegar al hotel para ponerse en acción... ¿Cuál es el secreto? ¿Qué es lo que ha visto el chef? ¡Descúbrelo todo a continuación!

Vivió en Portugal más de una década, posee varios restaurantes y protagonizó un programa de televisión en el que hacía viajes gourmet por el mundo con su perra Pulga.

También lo hemos visto en la televisión de China y de Alemania, donde ha trabajado en programas de cocina y ha ganado reconocimientos también por su libro Chakall kocht (Chakall cocina)

Después abrió su restaurante “Sudaka” en Berlín. “La comida no puede ser ni pesada, ni grasosa. Después hay ingredientes que son positivos para ciertas cosas como por ejemplo para la dilatación de la sangre”.

Chakall cree que los efectos son “un 50 % de realidad y 50 % de imaginación”.

“Si invitas a una mujer a comer a un restaurante afrodisíaco y la mujer acepta, está todo bien, o al contrario, una mujer a un hombre. Lo que hago es facilitarles la vida a las personas”.

Dos veces se ha encontrado a gente en la puerta del hotel que no ha podido aguantar las ganas... “La gente está loca, no se aguanta, no consigue llegar al hotel” (Chakall, 2017)

1.5. MARCO CONCEPTUAL

Cultura

Si bien Tyler (Grimson, 2008) planteó un concepto de cultura asociado a todo “aquel conocimientos, tradición, costumbre y hábito inherente a la persona dentro de una sociedad, al ser perteneciente de esta”.

Cliente

Según (Thompson, 2009), persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

Plan de Negocio

Según Alcaraz (2001), nos dice que un “plan de negocios debe ser concreto, describir partes esenciales del producto o servicio a prestar, debe contener la organización de la empresa, el estado financiero, planeación estratégica, requisitos legales que debe de ser una herramienta de comunicación”.

Restaurante

Según kiefer (2002), arte de la restauración, es decir, la restauración del cuerpo mediante la alimentación con comidas preparadas toma auge en diversas ciudades del continente europeo al final del siglo XVIII.

Gastronomía

Según Maldonado (2002). Nos dice que la gastronomía es un “Conjunto de actividades y conocimientos relacionados con el arte de preparar una buena comida”.

1.6. MARCO TEMPORAL

La presente investigación se realizará en el período correspondiente al primer y segundo semestre del año 2018, comprendiendo entre los meses de febrero y finales de noviembre del (2018). Este tiempo se considera pertinente para la realización de las actividades investigativas y la obtención de resultados significativos.

1.7. MARCO ESPACIAL

El presente proyecto se realizará en la ciudad de Montería, directamente en el barrio X K5 # 35- 37, de la ciudad de Montería- Córdoba.

DISEÑO METODOLÓGICO

Este proyecto estuvo enmarcada en un enfoque de investigación cuantitativo, asociada con un método descriptivo, teniendo en cuenta esto para poder analizar los resultados de las encuestas que se aplicaran.

La metodología de un trabajo de investigación es un elemento clave para el logro efectivo de la misma, debido a que se establecen los procedimientos y herramientas necesarias para el cumplimiento del objeto planteado como es diseñar un plan de negocio para el montaje y gerencia de un restaurante de comidas afrodisiacas para las nuevas tendencias gastronómicas de la ciudad de Montería departamento de Córdoba –Colombia. En este sentido, se definen las estrategias metodológicas, la naturaleza de la investigación, la población, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, así como las técnicas y procedimiento para el análisis de datos.

Tamayo (2007), señala que la metodología cuantitativa utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente el uso de estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población.

Además, la investigación cuantitativa es la que analiza, recoge datos cuantitativos sobre variables de diversos elementos que pueden ser medidos y cuantificados. Toda la información se obtiene a base de muestras de la población, y sus resultados son extrapolables a toda la población, con un determinado nivel de error y nivel de confianza, en ese sentido la cuantificación incrementa y facilita la comprensión del universo que nos rodea y ya mucho antes de los positivistas lógicos o neopositivistas, Galileo Galilei señala en este sentido "mide lo que sea medible y haz medible lo que no lo sea"

Por su parte, el alcance es de tipo descriptivo, en vista de que se busca caracterizar y proyectar la variable de estudio de “un plan de negocio para la creación de restaurante de comidas afrodisiacas en la ciudad de Montería departamento de Córdoba-Colombia.

En este sentido, el método descriptivo de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2010) manifiestan que usan la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías, además señalan que este enfoque es secuencial y probatorio, cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar o eludir” pasos, el orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase y parte de una idea, que va acotándose y, una delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica..

▮Método de Recolección de Información

Los métodos de recolección de datos según (Hernández, Fernández y baptista) son las distintas formas y maneras de obtener información, para efectos de esta investigación se utilizará como técnica la entrevista mediante un instrumento tipo cuestionario.

1.8. Fuentes de Información Primaria

La investigación será realizada por medio de un cuestionario por lo tanto se realizará una encuesta, a 155 personas, utilizando preguntas de forma de calificación en escala.

Para realizar la encuesta se diseñó un cuestionario que fue aplicado a una muestra, la cual fue seleccionada métodos sistemáticos, asimismo el cuestionario se recogió personalmente.

Finalmente, el cuestionario incluye preguntas tipo escala de importancia las cuales se realizarán con el propósito de obtener la mayor cantidad de información y datos valiosos para la investigación.

1.9. Fuente de Información Secundaria

Adicionalmente a las fuentes primarias, se utilizarán otras fuentes como informes estadísticos, para agregar datos de valor a la investigación y estadísticas representativas que sirvan para reconocer el comportamiento de los consumidores en este sector.

1.10. Población, Universo y Muestra

Según Tamayo (2012) señala que la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación.

En este sentido la población, objeto de estudio son 155 habitantes de la calle del comercio de la ciudad de Montera, donde se tomará una muestra no probabilística (intervención del Autor), para el presente proyecto se tomarán como **muestra** 76 personas de la calle del comercio de la ciudad de Montera.

ANALISIS DE LA INFORMACION

Estudio Naturaleza Del Proyecto

En este apartado, se ve la necesidad de realizar este tipo de proyectos, de plan de negocios de comidas afrodisiacas, debido el impacto que generará este negocio para la sociedad, de igual manera, brindará propuesta de empleo en la sociedad y además estará en un sector de la ciudad, para la viabilidad de sus ingresos y lo impórtate a resaltar es la innovación.

Todo esto toma relevancia en los diferentes puntos, debido al abordaje conceptual que esta toma al trabajo, esto para darle una mayor claridad y de soporte al proyecto.

Proceso creativo: es el laboratorio de la creatividad. Donde nacen, crecen y se desarrollan las ideas.

Lluvias de ideas: es una herramienta de trabajo grupal que facilita el surgimiento de nuevas ideas sobre un tema o problema determinado. La lluvia de ideas es una técnica de grupo para generar ideas originales en un ambiente relajado

Idea seleccionada: está considerada como el acto más básico del entendimiento, al contemplar la mera acción de conocer algo

Innovación de producto o servicio: definición de nuevos procesos, o la mejora de los existentes, encaminada a incrementar el nivel de eficiencia de la empresa.

Descripción de la idea: es el producto o servicio que quiero ofrecer al mercado.

Justificación del plan de negocio: Lo que se busca con este plan de negocio, es brindarles a los ciudadanos una innovación en cuanto a los platos de comidas afrodisiacas, esto con vista de buscar sabores diferentes y así seguir creciendo en el mercado.

Nombre del negocio: Sandoval, Martínez y Navarro

Ubicación y tamaño del negocio: estará ubicada en el barrio el alivio calle principal en la ciudad de Montería, su tamaño sería el de una micro empresa.

Ya que una microempresa tiene aproximadamente de 1-10, empleados, y activos totales menos de 501, según los diferentes entes bibliográficos de micro empresas consultadas.

ESTUDIO DE MERCADO

A. Investigación de mercados

Definición del objetivo

- ✓ Producir más comidas afrodisiacas de excelente calidad, establecer la identidad de las comidas, proporcionar un excelente ambiente con proveedores y empleados.
- ✓ Estar a la vanguardia del gran negocio de comidas en la ciudad, asegurando la variedad, calidad e innovación.
- ✓ Mantener buenas relaciones con proveedores, empleados y clientes.
- ✓ Aumentar la participación en el mercado por medio del posicionamiento del negocio de comidas, en la ciudad de Monteria.
- ✓ propiciar condiciones para el desarrollo personal y profesional de los empleados y obtener solidez económica.
- ✓ Dar a conocer el producto.
- ✓ Obtener un posicionamiento adecuado en el mercado para lograr incursionar en nuevos mercados.
- ✓ Incentivar a los posibles clientes por medio de mensajes tentativos alusivos a los beneficios de nuestro plato.
- ✓ Hacer publicidad por todos los medios posibles.

Justificación y Antecedentes.

La difícil situación laboral que se ve día a día en la sociedad, permite que se planteen alternativas para generar fuentes de empleo mediante la creación de empresas, las cuales aporten con el desarrollo del país.

Uno de los factores diferenciadores del proyecto con respecto a la competencia es la realización de comidas afrodisiacas, organización, decoración de acuerdo a las exigencias de los clientes con el fin de satisfacer las expectativas y necesidades. Además, es de gran importancia resaltar, los aspectos históricos, para darle un mayor soporte sólido a la investigación.

1.11. Historia.

Los afrodisiacos tienen su raíz etimológica en la diosa símbolo de erotismo, sensualidad, placer y fertilidad: Afrodita. Drogas, bebidas, hierbas e inhalantes son productos que prometen alcanzar el máximo rendimiento erótico y sexual, viejas aspiraciones humanas que a la fecha venden un sin fin de soluciones para alcanzarlo (Gonzalez, 2013, pág. 9)

De los afrodisiacos "clásicos", de los dos más famosos en la historia son: el polvo de cuernos de rinoceronte y la mandrágora, que, en tiempos más recientes, no han podido sustentar científicamente la fama de la que venían procedidos y simplemente los análisis los han desacreditado y han caído en el olvido (Coronado, 2014, pág. 6).

Desde hace miles de años en la cultura China, la filosofía Tao, recomienda en equilibrio perfecto entre sus principios rectores, el YIN (femenino), el YANG (masculino), y el CHI (espíritu y energía). Vinculan también la sensualidad con el cosmos, sugieren llegar a un equilibrio entre el YIN y el YANG para producir las vibraciones buenas. Privilegia el Hipotálamo, región del cerebro, que regula el estímulo sexual y también el hambre y la sed, por lo que acepta que estas actividades están estrechamente vinculadas.

En otro tiempo y lugar, en la última década del siglo pasado, en la ciudad de San Francisco existía el restaurante "Maison Doree" en el que ofrecían un plato afrodisiaco llamado "Ostras de

la Montaña" que en realidad preparaban con testículos de toro y recomendaban consumirlo en las habitaciones privadas que ofrecían a sus sensuales clientes, por que aseguraban un afecto inmediato (Coronado, 2014, pág. 15).

Antiguamente se creía que todos los productos o alimentos novedosos que provenían de otros rumbos poseían cierta carga erótica, especialmente con el descubrimiento del "nuevo mundo" y su variedad de cultivos.

Los primeros afrodisiacos eran plantas y alimentos cuya forma se parecía mucho en su estado natural a los órganos sexuales masculinos o femeninos o que compartían el mismo perfume de las secreciones sexuales.

La gastronomía afrodisiaca ha tenido un poderoso aliado en el entorno, influye en el arte de desarrollar el concepto de sensualidad, en todo tiempo y lugar, dependiendo de la cultura y la moda, los diversos pueblos han puesto toda su atención en el decorado tanto en el ambiente como de los diversos manjares. La mezcla de aromas y perfumes, música, flores, velas, manteles, cubiertos, cristales y loza, en mil combinaciones, han contribuido a crear los ambientes de magia y seducción de la gastronomía (Pérez, 2010, pág. 5).

Entre las culturas, quizás, los griegos han contribuido más que ninguna otra civilización a la difusión del concepto del amor y a la gastronomía afrodisiaca.

Incorporan la pasión física naturalmente a su forma de vida. Adoran a afrodita que representa el concentrado de la belleza y la sexualidad libre de toda inhibición.

1.12. Análisis del sector.

En el sector de comidas afrodisiacas, específicamente en lo que se refiere, existe un incremento en la demanda de ellas y sus derivados, debido al interés de las personas por mantener una comida típica de otro país; también se ha notado un incremento en la oferta para satisfacer dicha demanda.

Actualmente este sector se ha dinamizado hasta el punto en que en la oferta se presentan en platos de comidas y de reciente aparición en el mercado. En las áreas especializadas de ventas de comidas típicas desde las grandes superficies comerciales hasta pequeños proveedores se encuentra gran variedad de éstas (Caicedo & Jojoa, 2014)

Así mismo, un incremento en el consumo de la comida afrodisiaca, por las razones anteriormente mencionadas, populariza día a día más el consumo de éstas y se observa en el mercado puntos de venta especializados en ellas y sus derivados.

Hablando directamente del tipo de negocio que se plantea en el presente trabajo de grado, donde es de vital importancia su creación para mayor fuente de empleo y además poder brindarle a la comunidad el gran gusto y servicio de comidas afrodisiacas (Coronado, 2014)

1.13. Análisis del Mercado.

1.2.1. Análisis de la competencia

Para la elaboración de este negocio, es necesario que se haga un análisis del mercado, y estudiar la propuesta de la creación de un negocio temática, innovadora y nueva, definido como un restaurante de comidas afrodisiaca.

La idea principal de este proyecto es fomentar la gastronómico dentro de la ciudad de Montería- Córdoba, y crear un nuevo concepto de lo que es el moderno tipo de comida como lo es la afrodisiaca, para poder ver si el proyecto tendrá resultados positivos, se deben analizar varios puntos importantes como lo es conocer las competencias, definir quiénes serán los proveedores y de qué manera ayudan al negocio y conocer las diferentes amenazas que se pueden presentar para este tipo de proyecto (Gonzalez, 2013)

El presente trabajo tiene por objetivo diseñar un plan de negocio para la creación de restaurante de comidas afrodisiacas en la Ciudad de Montería- Córdoba, partiendo de sus orígenes, reflejando su evolución histórica y destacando algunos aspectos del sector que definen el perfil que el mismo ha ido tomando en los últimos años (Chavez, Falcon, 2015)

En este marco, se analiza el sector tanto a nivel internacional, a partir de información acerca de los platos afrodisiacos, como a nivel nacional y local a partir de los principales negocios que operan en el mercado.

Al ser éste un negocio que no presenta antecedentes tiene un impacto positivo dentro de la misma, ya que la gama de productos que se ofrece es novedosa ante los ojos de la comunidad Monteriana (Vasquez & Vasquez Martelo, 2012)

Así mismo, la competencia directa para el negocio de comidas son las grandes empresas o establecimientos reconocidas a nivel nacional que se encuentra en el centro de la ciudad, pero éste no ofrece productos de alta calidad y de consumo con platos adicionales.

Siguiendo este mismo orden de ideas, en este apartado detallaremos las características del mercado (aspectos legales, técnicos, logísticos, de comercialización, de producción), su estructura, barreras de entrada, áreas geográficas (países, regiones, islas, municipios, barrios), tamaño (número de clientes totales, grado de concentración o dispersión de dichos clientes en la región), así como las previsiones de evolución (García, 2014, pág. 23).

Por otra parte, la competencia indirecta son los dos restaurantes, ya que, aunque no se ofrecen los mismos productos, los clientes pueden elegir entre comprar en algunos de los restaurante o comida afrodisiaca, para mejor calidad y satisfacción

BIBLIOGRAFIA

- Alcibar Avila, A. C. (2015). *Estudio de Factibilidad de un restaurante temático de la cultura enfocado en la Gastronomía Afrodisíaca en el Ecuador*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4622/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-239.pdf>
- alcivar Avila, A. C. (2015). *Estudio de Factibilidad de un restaurante temático de la cultura enfocado en la Gastronomía Afrodisíaca en el Ecuador*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4622/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-239.pdf>
- Alcivar, & Alcivar Avila, A. C. (2015). *Estudio de Factibilidad de un restaurante temático de la cultura enfocado en la Gastronomía Afrodisíaca en el Ecuador*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4622/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-239.pdf>
- Alcívar, Á. (2015). *Estudio de factibilidad de un restaurante temático de la cultura enfocado en la gastronomía afrodisíaca en el Ecuador*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/4622>.
- Cabrera Grijalba, G. L. (2013). *Plan de Negocios para la creacion de un Restaurante de comidas Tipicas en la zona periferica de la Ciudad de Pasto*. Obtenido de [http://sired.udenar.edu.co/2346/1/8960PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE RESTAURANTE DE COMIDAS AFRODISIACAS0.pdf](http://sired.udenar.edu.co/2346/1/8960PLAN%20DE%20NEGOCIO%20PARA%20LA%20CREACI%20N%20DE%20RESTAURANTE%20DE%20COMIDAS%20AFRODISIACAS0.pdf)
- Caicedo & Jojoa, E. A. (2014). *Plan de Negocios de un Restaurantes denominado Cuy Gourmet, en el Municipio de Pasto*. Obtenido de <http://sired.udenar.edu.co/2261/1/90313.pdf>
- Chakall. (20 de junio de 2017). Chef de un restaurante de comida AFRODISÍACA explica cómo funciona y como reaccionan algunos clientes. (cabroworld, Entrevistador)
- Chavez, Falcon, M. A. (2015). *PROYECTO CREACION RESTAURANTE COMIDA CARIBEÑA*. Obtenido de <https://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/767/ChavezFalconMartinAlonso.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

- Clavijo & Chavez, A. D. (2015). *Proyecto creacion restarante comidas caribeñas*. Obtenido de <https://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/767/ChavezFalconMartinAlonso.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Coronado, C. (2014). *Gastronomía afrodisiaca*. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos87/gastronomia-afrodisiaca/gastronomia-afrodisiaca.shtml>
- Coronel, Salas, I. C. (2014). *Plan de negocio de un restaurante afrodisíaco en la ciudad de Quito*. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/2386>
- Gonzalez, J. (2013). *la historia y lo que significan los afrodisiacos*. Obtenido de <https://www.salud180.com/sexualidad/descubre-la-historia-y-lo-que-significan-los-afrodisiacos>
- Martinengo, R. (2016). *Proyecto Lúdica Restaurante Afrodisíaco*. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos71/proyecto-ludica-restaurante-afrodisiaco/proyecto-ludica-restaurante-afrodisiaco.shtml>
- Vasquez, & Vasquez Martelo, E. A. (2012). *FORMULACIÓN Y DISEÑO DE UN PROYECTO PRODUCTIVO PARA LA PUESTA EN MARCHA DE UN RESTAURANTE TIPO GOURMET EN LA CIUDAD DE CARTAGENA*. Obtenido de <http://repositorio.unicartagena.edu.co:8080/jspui/bitstream/11227/461/1/Tesis%20de%20grado.pdf>