

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CAFE CON  
ALQUILER DE SALA DE EVENTOS EN LA COMUNA 2 DE CALI

MADELAINE SAENZ MORENO  
JULIANA ZULETA GUTIERREZ



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA  
SAN MARTÍN

FUNDACION UNIVERSITARIA SAN MARTIN  
UNIVERSIDAD ABIERTA DISTANCIA Y VIRTUAL  
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
SANTIAGO DE CALI

2015

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ CON  
ALQUILER DE SALA DE EVENTOS EN LA COMUNA 2 DE CALI**

**MADELAINE SAENZ MORENO  
JULIANA ZULETA GUTIÉRREZ**

**FUNDACION UNIVERSIDAD SAN MARTIN  
UNIVERSIDAD ABIERTA DISTANCIA Y VIRTUAL  
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
SANTIAGO DE CALI  
2015**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ CON  
ALQUILER DE SALA DE EVENTOS EN LA COMUNA 2 DE CALI**

**MADELAINE SAENZ MORENO  
JULIANA ZULETA GUTIÉRREZ**

**Trabajo de grado para obtener el título de:  
Administrador de Empresas**

**Director  
ELICEMIR CASTILLO ESCOBAR  
Especialista en ingeniería industrial y de sistemas  
Especialista en gerencia de proyectos**

**FUNDACION UNIVERSIDAD SAN MARTIN  
UNIVERSIDAD ABIERTA DISTANCIA Y VIRTUAL  
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
SANTIAGO DE CALI  
2015**

## RESUMEN

La presente investigación se realizó en la ciudad de Cali – Valle del Cauca, durante el periodo comprendido entre el año 2014 – 2015, el propósito de la investigación consistió en la realización de un estudio de factibilidad para la creación de un café con alquiler de sala de eventos, en la comuna 2 de Cali; para ello fue necesario la realización de un análisis de mercado, identificando las tendencias del mercado, necesidades de los clientes y competencia; de acuerdo al análisis arrojado por la matriz MEFI se observó que el aspecto interno de CAFETEATE tiene situación positiva, dado que los resultados arrojados están por encima de la media de 2.5, con una calificación de 2.99, esto da a entender que la empresa presenta fortalezas en el producto diferenciado y en el servicio al cliente. Respecto a los factores externos analizados en la matriz MEFE se obtuvieron resultados también favorables, con una calificación de 2,9 por encima de la media que da a entender que la empresa en la ciudad de Cali tiene buenos aspectos hacia el mercadeo.

Respecto a la matriz del perfil competitivo se tuvieron en cuenta la competencia de los cafés, listado de oficinas para alquilar y cafés que realizan diferentes eventos; dentro de los cuales se obtuvieron resultados de fortalezas importantes en el estudio realizado con calificaciones entre valores de 3,75 a 4,45.

Luego se establecieron los equipos, herramientas e insumos requeridos para la creación de la empresa, también se diseñó la estructura administrativa y legal para la puesta en marcha de CAFETEATE y finalmente se determinaron los recursos financieros necesarios para el funcionamiento de una empresa, donde inicialmente se realiza una inversión mixta, con un aporte del 50% por parte de los socios y las entidades bancarias el otro 50% por un valor de \$ 49.390.747, el cual dentro del estudio financiero tendrá un tiempo estimado de retorno de 3 años y una TIR del 47,83%.

**Palabras Claves:** Negocio, café, oficina, mercado, inversión, matriz, alquiler, resultado, estudio, análisis, cliente, proyecto.

## TABLA DE CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN .....	21
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	24
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	24
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	26
1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA .....	26
1.4 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN .....	27
1.5 SUBLINEA Ó TEMA DE INVESTIGACIÓN .....	27
2. JUSTIFICACIÓN, DELIMITACIÓN Y ALCANCE .....	28
2.1 JUSTIFICACIÓN .....	28
2.2 DELIMITACIÓN Y ALCANCE .....	29
3. OBJETIVOS .....	31
3.1 OBJETIVO GENERAL .....	31
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	31
4. MARCO DE REFERENCIA .....	32
4.1 ESTADO DEL ARTE .....	32
4.2 MARCO TEÓRICO .....	34
4.2.1 Estudio de factibilidad .....	34
4.2.2 Plan de negocio .....	35
4.2.2.1 Análisis de mercado .....	35
4.2.2.2 Análisis técnico .....	36
4.2.2.3 Análisis administrativo .....	36

4.2.2.4 Análisis legal .....	36
4.2.2.5 Análisis Económico .....	36
4.2.2.6 Análisis Financiero .....	37
4.2.3 Marco histórico del café.....	37
4.3 MARCO LEGAL .....	37
4.4 MARCO CONCEPTUAL.....	38
4.4.1 Bienes y servicios.....	38
4.4.2 Capital humano .....	38
4.4.3 Entidad financiera.....	39
4.4.4 Factibilidad. ....	39
4.4.5 Valor Agregado .....	39
4.4.6 Café.....	39
4.4.7 Manipulación de alimentos .....	40
4.5 MARCO CONTEXTUAL.....	40
4.5.1 Entorno demográfico .....	40
4.5.2 Entorno geográfico .....	43
5. ASPECTOS METODOLÓGICOS .....	45
5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	45
5.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	45
5.3 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	46
5.3.1 Población.....	46
5.3.2 Muestra .....	48
5.4 FUENTES DE INFORMACIÓN .....	48
5.4.1 Fuentes primarias.....	48

5.4.2 Fuentes secundarias .....	49
5.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	49
5.5.1 Técnicas de recolección de información.....	49
5.5.2 Instrumentos de recolección de información .....	49
6. ANÁLISIS DE MERCADO.....	51
6.1 ANÁLISIS EXTERNO Y ESTRATÉGICO DEL SECTOR .....	51
6.1.1 ANÁLISIS EXTERNO DEL SECTOR.....	51
6.1.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO.....	53
6.2 ANÁLISIS DEL MERCADO DE LOS NEGOCIOS DE CAFÉ .....	60
6.2.1 Producto / servicio .....	60
6.2.1.1 Productos .....	60
6.2.1.2 Servicios.....	61
6.2.2 Clientes.....	61
6.2.3 Competencia.....	64
6.2.4 Proveedores.....	75
6.2.5 Tamaño del mercado global .....	75
6.2.5 Tamaño de mi mercado.....	75
6.3 PLAN DE MERCADEO .....	76
6.3.1 Estrategia de precio .....	76
6.3.2 Estrategia de venta .....	78
6.3.2.1 Clientes iniciales.....	78
6.3.2.2 Características del producto o servicio.....	78
6.3.2.3 Cubrimiento geográfico inicial .....	79
6.3.2.4 Plan de ampliación geográfica .....	79

6.3.2.5 Clientes especiales.....	79
6.3.3 Estrategia promocional.....	79
6.3.3.1 Mecanismos o medios para llevar el producto a la atención de posibles compradores .....	79
6.3.4 Estrategia de distribución.....	79
6.3.5 Políticas de servicios .....	80
6.3.5.1 Políticas de cartera.....	80
6.3.5.2 Políticas de servicio.....	80
6.3.5.3 Políticas de calidad.....	80
6.3.6 Tácticas de venta .....	80
7. ANÁLISIS TÉCNICO.....	81
7.1 ANÁLISIS DEL PRODUCTO.....	81
7.2 LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO .....	82
7.3 EQUIPOS Y MAQUINARIAS.....	85
7.4 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA.....	86
7.4.1 Baño (2) – (Mujeres – Hombres).....	87
7.4.2 Oficina de Gerencia.....	87
7.4.3 Barra o mostrador. ....	87
7.4.4 Bodega.....	87
7.4.5 Salón de eventos.....	87
7.4.6 Bilioteca.....	88
7.4.7. Distribucion de mesas. ....	88
7.5 PLAN DE CONSUMO .....	88
7.7 PLAN DE COMPRAS.....	89

7.8 SISTEMA DE CONTROL .....	90
8. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO .....	91
8.1 ANÁLISIS DE CARGOS .....	91
8.2 ORGANIZACIÓN.....	95
8.3 ORGANIZACIONES DE APOYO .....	97
9. ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL.....	103
9.1 ASPECTOS LEGALES.....	103
9.1.1 Tipo de sociedad. ....	103
9.1.1.1 Descripción de la sociedad.....	103
9.1.1.2 Requisitos para constituir una S.A.S .....	104
9.1.1.3 Implicaciones tributarias .....	105
9.2 ASPECTOS DE LEGISLACIÓN URBANA .....	110
9.2.1 Inscribirse en el .....	110
9.2.2 Diligenciar el certificado de uso de suelos.....	110
9.2.3 Adquirir el certificado de Sayco & Acinpro.....	111
9.2.4 Adquirir el concepto sanitario. Todo establecimiento de comercio cuyo objeto social sea el expendio de productos alimenticios, debe disponer de su respectivo concepto sanitario. ....	111
9.2.5 Certificado de seguridad.....	111
9.3 ANÁLISIS AMBIENTAL .....	112
9.3.1 Factores de riesgo.....	112
9.3.1.1 Riesgos físicos .....	112
9.3.1.2 Riesgos biológicos .....	113
9.4 ANÁLISIS SOCIAL .....	113

- 10. ANÁLISIS ECONÓMICO ..... 115
  - 10.1 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS ..... 115
  - 10.2 PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS, SERVICIOS E INSUMOS .... 117
  - 10.3 PRESUPUESTO DE PERSONAL ..... 118
  - 10.4 VALOR DE TRÁMITES LEGALES ..... 118
  - 10.5 PRESUPUESTO DE OTROS GASTOS ..... 118
- 11. ANALISIS FINANCIERO ..... 121
  - 11.1 INVERSIÓN TOTAL ..... 121
  - 11.2 BALANCE INICIAL CON FINANCIACIÓN EN PESOS ..... 123
  - 11.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS (Ventas proyectadas) ..... 124
  - 11.4 BALANCE GENERAL PROYECTADO ..... 131
  - 11.5 ESTADO DE PÉRDIDAS Y RESULTADOS PROYECTADO (Con financiación) ..... 134
  - 11.6 FLUJO DE CAJA PROYECTADO ..... 135
  - 11.7 PUNTO DE EQUILIBRIO ..... 137
  - 11.8 EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO ..... 138
    - 11.8.1 Razones financieras ..... 140
- 12. CONCLUSIONES ..... 144
- 13. RECOMENDACIONES ..... 146
- BIBLIOGRAFÍA ..... 147

Se analizaron los servicios que ofrecen las empresas competidoras, es decir, la competencia indirecta y directa. También se analizaron las necesidades y deseos de los futuros clientes.

El proyecto "Estudio de factibilidad para la creación de un café con alquiler de sala de eventos en la comuna 2 de la ciudad de Cali" tiene como finalidad la realización de un análisis de mercado identificando tendencias y necesidades de los clientes, además de establecer los equipos y herramientas para la creación del mismo; también el diseño de la estructura administrativa, financiera, legal, técnica y de mercado para evaluar la viabilidad del proyecto llamado CAFETEATE, para lo cual se establecen las siguientes fases de investigación.

El capítulo I, está compuesto por los aspectos generales del proyecto como: planteamiento, formulación, y sistematización del problema, línea de investigación, sublínea de investigación. La justificación delimitación y alcance del proyecto, se encuentran en el capítulo II. En el capítulo III se encuentran los objetivos; de estos capítulos se deriva la importancia y la motivación para la realización de la investigación.

En el capítulo IV, se abordan los diferentes marcos, tales como: teórico, legal, conceptual y contextual, con el propósito de darle a la investigación un sistema coordinado y coherente de conceptos y proposiciones que permiten abordar el problema.

Los aspectos metodológicos como lo son: tipo de y método de investigación, población y muestra, fuentes de información, técnicas e instrumentos se encuentran evidenciadas en el capítulo V.

En el capítulo VI, se realiza el estudio de mercado donde nos proporciona conocimiento de los clientes actuales y potenciales, gustos, preferencias, ubicación entre otros aspectos.

En el capítulo VII, VIII, IX, se describe el análisis técnico, administrativo, legal, social, ambiental y económico, donde se busca definir una estructura apropiada para el desarrollo y la ejecución del proyecto.

El análisis económico se encuentra en el capítulo X, donde se especifica la inversión y presupuesto para la puesta en marcha del negocio.

En el capítulo XI, se realiza el análisis financiero utilizado como el instrumento para proporcionar la información necesaria para decidir el modo de inversión, y la financiación del proyecto; la evaluación financiera del proyecto se encuentra inmersa en este capítulo en donde se define la factibilidad del proyecto mediante los indicadores de rentabilidad tales como el VPN y la TIR.

Finalmente en los capítulos XII y XIII, se ubican las conclusiones y recomendaciones finales del proyecto.



### **Nota**

Este trabajo se encuentra disponible únicamente en **formato físico**, ya que no cuenta con versión digital. Por tal motivo, en este repositorio solo serán visibles las páginas preliminares con fines informativos. Para su consulta completa, el usuario deberá verificar la ubicación o sede donde se encuentra el ejemplar físico, o bien solicitar información adicional escribiendo al correo institucional:

**[repositoriofusm@sanmartin.edu.co](mailto:repositoriofusm@sanmartin.edu.co)**