

**CARACTERIZACIÓN SOCIOECONOMICA DEL EMPRESARIADO  
RESTAURANTERO DEL MUNICIPIO DE MELGAR AÑO 2024.**

**JOHAN ESTEBAN SIERRA VARGAS  
JULIANA PATRICIA RODRIGUEZ RIAÑO**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADM INISTRATIVAS Y  
CONTABLES  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
GIRARDOT  
2024**

**CARACTERIZACIÓN SOCIOECONOMICA DEL EMPRESARIADO  
RESTAURANTERO DEL MUNICIPIO DE MELGAR AÑO 2024.**

**JOHAN ESTEBAN SIERRA VARGAS  
JULIANA PATRICIA RODRIGUEZ RIAÑO**

**Trabajo presentado como documento para optar por el Título en Administración de  
empresas.**

**DIRECTOR ASESOR:  
DARIO BENAVIDES PAVA  
Docente**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
CONTABLES  
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
GIRARDOT  
2024**

**TABLA DE CONTENIDO**

<b>1.</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>8</b>
<b>2.</b>	<b>TITULO</b> .....	<b>9</b>
<b>3.</b>	<b>AREA, LINEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>10</b>
	<b>3.1 Área de Investigación</b> .....	<b>10</b>
	<b>3.2 Línea de Investigación</b> .....	<b>10</b>
	<b>3.3 Programa</b> .....	<b>10</b>
<b>4.</b>	<b>PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.</b> .....	<b>11</b>
	<b>4.1 DESCRIPCION DEL PROBLEMA</b> .....	<b>11</b>
	<b>4.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	<b>16</b>
<b>5.</b>	<b>OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>16</b>
	<b>5.1 OBJETIVO GENERAL</b> .....	<b>16</b>
	<b>5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS</b> .....	<b>16</b>
<b>6.</b>	<b>JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>17</b>
<b>7.</b>	<b>MARCO DE REFERENCIA</b> .....	<b>20</b>
	<b>7.1 MARCO TEORICO</b> .....	<b>20</b>
	<b>7.2 MARCO CONCEPTUAL</b> .....	<b>23</b>
	<b>7.3 MARCO LEGAL</b> .....	<b>28</b>
	<b>7.4 MARCO GEOGRAFICO</b> .....	<b>31</b>

<b>8.</b>	<b>DISEÑO METODOLOGICO.</b> .....	33
8.1	TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	33
8.2	MÉTODO DE INVESSTIGACIÓN.....	34
8.3	MUESTRA.....	35
8.4	POBLACIÓN .....	35
8.5	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	36
8.8	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	37
<b>9.</b>	<b>ENCUESTA APLICADA A EMPRESAS</b> .....	37
9.1	APLICACIÓN DE LA ENCUESTA.....	37
10.	BASE DE DATOS DE LAS EMPRESAS.....	59
11.	ENTREVISTA A EMPRESARIOS .....	61
<b>12.</b>	<b>RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	65
12.1	IDENTIFICACIÓN SOCIAL Y FORMATIVA DE LOS GERENTES Y/O PROPIETARIOS DE LOS RESTAURANTES LOCALIZADOS EN EL MUNICIPIO DE MELGAR-TOLIMA. ....	65
12.2	ESTABLECER EL NIVEL COMPETITIVO DEL SUBSECTOR RESTAURANTE DEL MUNICIPIO DE MELGAR CON BASE EN LA ESTRUCTURA TECNOLÓGICA Y LOGÍSTICA.....	66
12.3	PROPONER PROCESOS DE CAPACITACIÓN EN TEMAS ADMINISTRATIVOS CON EL FIN DE MEJORAR SU DESEMPEÑO PROFESIONAL.....	66

	5
<b>13. CONCLUSIONES.....</b>	<b>75</b>
<b>14. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>76</b>
<b>15. BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>78</b>
<b>16. ANEXOS.....</b>	<b>79</b>
<b>ANEXO A: RECURSOS REQUERIDOS .....</b>	<b>79</b>
<b>ANEXO A: BASE DE DATOS RUES .....</b>	<b>81</b>
<b>ANEXO B: ENCUESTA .....</b>	<b>81</b>
<b>ANEXO C: VIDEOS DE ENTREVISTAS.....</b>	<b>86</b>
<b>ANEXO B: PREGUNTAS BASE PARA ENTREVISTAS.....</b>	<b>86</b>

#### **TABLA DE ILUSTRACIONES**

	I
<b>Ilustración 1 Mapa de Melgar .....</b>	<b>31</b>
	I
<b>Ilustración 2 Fórmula de muestra.....</b>	<b>35</b>
	I
<b>Ilustración 3 Cronograma de Actividades.....</b>	<b>37</b>
	I
<b>Ilustración 4 ¿Cuál es su género?.....</b>	<b>38</b>

	6
	I
<b>lustración 5. ¿Cuál es su nivel de escolaridad?.....</b>	<b>39</b>
	I
<b>lustración 6¿Cuál es su estrato socioeconómico? .....</b>	<b>41</b>
	I
<b>lustración 7¿Cuál es su estado civil? .....</b>	<b>42</b>
	I
<b>lustración 8¿Tiene hijos?.....</b>	<b>43</b>
	I
<b>lustración 9¿En caso de ser positiva la pregunta anterior, cuantos? .....</b>	<b>44</b>
	I
<b>lustración 10¿Cuál es el uso principal de sus ingresos? .....</b>	<b>45</b>
	I
<b>lustración 118. ¿Cuenta con vivienda propia? .....</b>	<b>46</b>
	I
<b>lustración 121. Años de antigüedad de su empresa.....</b>	<b>47</b>
	I
<b>lustración 13¿Cuántos empleados posee?.....</b>	<b>48</b>
	I
<b>lustración 14 ¿Su empresa lleva contabilidad? .....</b>	<b>49</b>
	I
<b>lustración 15¿Su empresa tiene gerente o administrador? .....</b>	<b>50</b>

	I
<b>lustración 16¿Su empresa tiene manual de funciones y procesos?.....</b>	<b>51</b>
	I
<b>lustración 17El capital para el montaje de su empresa fue de origen: .....</b>	<b>52</b>
	I
<b>lustración 18Su empresa es: .....</b>	<b>53</b>
	I
<b>lustración 19 ¿Está usted en este momento apalancado financieramente? .....</b>	<b>54</b>
	I
<b>lustración 20¿Aproximadamente cuál es el valor de los activos de su organización? .....</b>	<b>55</b>
	I
<b>lustración 21¿Estaría dispuesto a recibir capacitación? .....</b>	<b>56</b>
	I
<b>lustración 22¿Si su respuesta fue positiva en que aspectos la recibiría? .....</b>	<b>57</b>
	I
<b>lustración 23 BASE DE DATOS DE LAS EMPRESAS.....</b>	<b>59</b>
	I
<b>lustración 24 Cursos Universidad de Cundinamarca.....</b>	<b>71</b>
	I
<b>lustración 25 Recursos Financieros .....</b>	<b>80</b>

## 1. INTRODUCCIÓN

Gracias a las empresas es que se obtiene un desarrollo económico sostenible, por ello se decidió realizar una investigación enfocada al sector restauranero del municipio de Melgar-Tolima, con el fin de conocer características fundamentales para su desarrollo y mantenimiento, de esta manera se realiza dicha caracterización que aborda cierta cantidad de elementos necesarios para la recolección de información de acuerdo con el tema que se está tratando.

De esta manera para poder saciar dicha investigación y así obtener información más detallada a cerca de este subsector económico, se vio necesario reunir bases de datos brindados por el RUES, los cuales fueron de gran ayuda para poder conocer el impacto del subsector económico restauranero como también su impacto en la zona, aumentando cada año de establecimientos atractivos para los consumidores, por otro lado se realizaron entrevistas con el fin de conocer más a fondo el comportamiento de ciertos restaurantes, su impacto y evolución desde su apertura también se realizaron encuestas que sirvieron de ayuda para conocer las empresa y también en que aspectos podrían realizarse recomendaciones con el fin de mejorar su organización.

## **2. TITULO**

“CARACTERIZACIÓN SOCIOECONOMICA DEL EMPRESARIADO  
RESTAURANTERO DEL MUNICIPIO DE MELGAR AÑO 2024.

### **3. AREA, LINEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 Área de Investigación**

Administración y organizaciones.

#### **3.2 Línea de Investigación**

Desarrollo organizacional y regional.

#### **3.3 Programa**

La investigación está contenida dentro del programa de

**ADMINISTRACION DE EMPRESAS.**

## **4. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.**

### **4.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

Melgar, un encantador municipio emplazado en el Departamento del Tolima, se encuentra estratégicamente situado en los límites con Cundinamarca, a apenas 30 kilómetros de Girardot. Esta proximidad con Girardot, una ciudad reconocida por su atractivo turístico confiere a Melgar una posición privilegiada que impulsa su economía turística, beneficiándose mutuamente de la afluencia de visitantes. Con una distancia de aproximadamente 98 kilómetros de la bulliciosa capital colombiana, Melgar se erige como el destino predilecto para los habitantes de Bogotá, ganándose el apelativo de "el barrio caliente de Bogotá".

Con una población estimada en alrededor de 31,920 habitantes, según datos proporcionados por la alcaldía de Melgar, esta pintoresca localidad representa un importante centro urbano en la región. No obstante, su relevancia va más allá de sus números demográficos. Las empresas, como unidades económicas con fines lucrativos basados en la oferta de productos y servicios, desempeñan un papel crucial en el desarrollo tanto económico como social del territorio. Este fenómeno no pasa desapercibido, pues contribuye significativamente a la evolución constante de la región, tal como lo sostiene Crece Negocios, un sitio especializado en temas relacionados con el fortalecimiento de la gestión empresarial:

“Desde pequeñas empresas familiares hasta grandes corporaciones multinacionales, las empresas cumplen un rol fundamental en el desarrollo económico y social del país o la localidad

en donde operan, ya que generan empleo, impulsan el crecimiento económico, fomentan la innovación y el desarrollo tecnológico, promueven la sostenibilidad ambiental, y mejoran la calidad de vida de las personas.” (Crece Negocios, 2023)

La dimensión de una organización no determina su impacto en la comunidad local, ya que su influencia trasciende lo económico para abarcar aspectos fundamentales en el desarrollo y bienestar de la región. Más allá de las consideraciones financieras, las organizaciones desempeñan un papel esencial en la vida de la comunidad, manifestándose en diversas esferas.

Desde grandes corporaciones hasta pequeñas empresas familiares, todas contribuyen de manera significativa al tejido social, cultural y ambiental de su entorno. Además de crear empleo e ir en busca de estimular la actividad económica, las organizaciones participan activamente en programas de responsabilidad social, promoviendo la educación, la salud, el medio ambiente, entre otros aspectos vitales para el progreso comunitario.

De esta manera las empresas, independientemente de su tamaño, pueden ser agentes de cambio e innovación, colaborando con instituciones educativas y actores locales para impulsar el desarrollo tecnológico e intercambio de conocimientos. Esta sinergia entre el sector empresarial con la comunidad contribuye a fortalecer los lazos sociales para poder crear un entorno propicio para el crecimiento como para prosperidad colectiva.

En el vibrante panorama empresarial de Colombia, las micro y pequeñas empresas desempeñan un papel de vital importancia, constituyendo un impresionante 98.8% del total de empresas, según datos proporcionados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo:

“De acuerdo con este mismo informe, entre enero y marzo las microempresas representaron el 95,3% del tejido empresarial del país; las pequeñas empresas participaron con el 3,5%, mientras que las medianas y grandes con el 0,9% y 0,3% del total nacional, respectivamente” (Mintic, 2023).

El análisis anterior subraya un aspecto fundamental de la economía colombiana: su dinamismo y fortaleza se sustentan en gran medida en las pequeñas empresas, en contraposición a la influencia de las grandes corporaciones. Estas empresas emergen como verdaderos motores tanto innovación como adaptabilidad en un entorno empresarial marcado por la creciente competencia e igualmente por la globalización presente en los últimos tiempos.

Esta afirmación se basa en estudios exhaustivos que buscan caracterizar y comprender el tejido empresarial colombiano. Estas investigaciones no solo arrojan cifras además de datos reveladores, sino que también ofrecen perspectivas valiosas que promueven la utilización efectiva a parte de también brindar adaptabilidad de esta información en el ámbito económico.

Melgar no es una excepción a esta dinámica, ya que el municipio alberga una amplia gama de comercios, que abarcan desde el sector hotelero como también gastronómico hasta el turístico. Es precisamente este último aspecto el que desempeña un papel crucial en la vitalidad

económica de la localidad. Al ser uno de los destinos turísticos más destacados para los habitantes del centro del país, Melgar ofrece una gran diversidad de lugares de interés como también actividades que atraen a una amplia gama de visitantes.

La variedad de opciones turísticas disponibles en Melgar es impresionante porque abarca desde relajantes spas como también piscinas termales hasta emocionantes actividades al aire libre como eventos culturales. Esta riqueza de atracciones turísticas contribuye significativamente al crecimiento económico del municipio, al tiempo que fomenta el desarrollo de negocios locales en suma a la creación de empleo en sectores como la hostelería, la restauración y el entretenimiento.

Por otro lado, la caracterización empresarial desempeña un papel fundamental tanto en el análisis como en la retroalimentación de los diversos actores involucrados. En este contexto, se busca evaluar el comportamiento de las micro, pequeñas y medianas empresas presentes en el municipio de Melgar, con el objetivo de comprender por qué este se destaca como un destino atractivo para los turistas.

Este proceso de caracterización empresarial proporciona información valiosa sobre la estructura, el funcionamiento además de las necesidades de las empresas locales. Al analizar diversos aspectos, como su tamaño, sector de actividad, nivel de innovación como también su capacidad competitiva, se obtiene una visión más completa de la contribución de estas empresas al desarrollo económico y turístico de Melgar.

Además, la caracterización empresarial permite identificar las áreas de oportunidad como también los desafíos que enfrentan las empresas, lo que facilita la formulación de estrategias y políticas dirigidas a fortalecer su crecimiento como competitividad. Al comprender mejor el panorama empresarial local, se pueden diseñar acciones específicas para mejorar el entorno empresarial y promover la sostenibilidad a largo plazo del sector turístico en Melgar.

La caracterización empresarial es esencial para proporcionar una visión integral de las empresas. Identifica tanto sus fortalezas como sus debilidades, lo que facilita la toma de decisiones informadas por parte de los líderes. Además, fomenta la transparencia, la rendición de cuentas como el desarrollo sostenible al evaluar aspectos como los ambientales y sociales. Este proceso contribuye significativamente a la competitividad, adaptabilidad tal como el cumplimiento normativo de las empresas, ya que también puede atraer inversiones y talento al demostrar su solidez además de su compromiso ético.

Teniendo en cuenta la importancia de un sistema de calidad, donde se menciona que la “importancia en el sistema se evidencia en la calidad y la variedad de los bienes y servicios que dispone para que los consumidores puedan tomar las mejores decisiones.” (Benavides Pava, 2019) Ayuda enfáticamente a la atracción de turista y consumidores que quieran hacer parte de la comercialización y visualización de una localidad que se presta para todas las actividades que estos disponen para poder satisfacer sus necesidades.

Dada la importancia de la situación económica como el arraigo del tejido empresarial en Melgar, es crucial llevar a cabo una caracterización exhaustiva de las empresas en la región.

En la actualidad, la falta de una caracterización en el municipio de Melgar subraya aún más la importancia crítica de realizar este estudio lo antes posible.

#### **4.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿La identificación de las características socioeconómicas del empresariado que se dedican a la comercialización de alimentos y bebidas en el municipio de Melgar permitirá identificar su nivel

competitivo y el diseño de planes de capacitación en el año 2024?

### **5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **5.1 OBJETIVO GENERAL**

Realizar la caracterización socioeconómica del empresariado dedicado a la comercialización de alimentos y bebidas en restaurantes del municipio de Melgar (Tolima), con el fin de promover su crecimiento y desarrollo. (2024-1)

#### **5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Identificación social y formativa de los gerentes y/o propietarios de los restaurantes localizados en el municipio de Melgar-Tolima.
- Establecer el nivel competitivo del subsector restaurante del municipio de Melgar con base en la estructura tecnológica y logística.
- Proponer procesos de capacitación en temas administrativos con el fin de mejorar su desempeño profesional.

## 6. JUSTIFICACIÓN

El municipio de Melgar destaca como uno de los destinos turísticos más significativos de Colombia. No solo atrae a turistas de la capital, Bogotá, sino también a una diversa población internacional. Esto se debe a su clima favorable y a la amplia gama de actividades recreativas disponibles. Para ilustrar su importancia, un estudio de inventario llevado a cabo por la Universidad de Cundinamarca revela que aproximadamente 130.000 personas visitan el municipio en ciertos períodos:

Según Lozano, Melgar, con su variada selección de hoteles y belleza natural, se ha posicionado como uno de los destinos turísticos más populares en el corazón del país. Cada año, más de 130 mil personas, tanto extranjeras como locales, visitan esta ciudad en busca de experiencias únicas y paisajes impresionantes. (Lozano Rodríguez, Paula Andrea, 2017)

Es innegable que el turismo conlleva un desarrollo económico en diversas industrias, ya que no solo beneficia directamente a los establecimientos turísticos, sino también a otros sectores de forma indirecta, generando así un impulso económico invaluable. Esta realidad se ve reflejada en la existencia de más de 2,000 empresas, según datos de Compite 360, lo que demuestra el desarrollo económico presente en la ciudad.

Este contexto destaca la necesidad de llevar a cabo una caracterización económica del empresariado, la cual brinda múltiples beneficios:

- **Planificación Estratégica:** Permite a las autoridades y empresarios planificar estratégicamente el desarrollo económico del municipio, identificando oportunidades y desafíos en el entorno empresarial.
- **Toma de Decisiones Informada:** Proporciona datos y análisis que respaldan la toma de decisiones tanto gubernamentales como empresariales, facilitando la implementación de políticas y estrategias efectivas.
- **Desarrollo Económico Local:** Contribuye al desarrollo económico al identificar sectores clave que pueden impulsar el crecimiento y generar empleo en la comunidad.
- **Atracción de Inversiones:** Facilita la atracción de inversiones al presentar una imagen clara del tejido empresarial local, haciendo que el municipio sea más atractivo para posibles inversores.
- **Identificación de Necesidades de Formación:** Facilita la identificación de necesidades de capacitación para el personal, garantizando que estén equipados con las habilidades necesarias para contribuir al éxito de las empresas locales.
- **Cumplimiento Normativo:** Ayuda a garantizar el cumplimiento normativo al identificar áreas de no conformidad y permitir la implementación de medidas correctivas.

- **Fomenta el espíritu emprendedor** al identificar áreas de oportunidad para nuevos negocios y proporcionar información valiosa a aquellos que deseen iniciar emprendimientos en el municipio.

Además, las caracterizaciones empresariales ofrecen beneficios metodológicos al recopilar datos con precisión, emplear estrategias específicas, posibilitar la comparación a lo largo del tiempo y adoptar un enfoque multidisciplinario. Todo esto asegura una metodología sólida aparte completa para analizar y comprender los aspectos socioeconómicos del municipio.

En el ámbito personal, profesional y disciplinario, la realización de este estudio proporciona beneficios significativos al ofrecer una comprensión profunda de la comunidad a nivel personal, datos esenciales para la toma de decisiones informada a nivel profesional y el fortalecimiento de habilidades multidisciplinarias a nivel académico para así obtener una identificación de los gerentes y/o propietarios de los restaurantes del municipio.

De igual manera, los estudios de caracterización empresarial son fundamentales para impulsar el crecimiento económico y el desarrollo sostenible en una comunidad. Es importante destacar que, aunque no exista un estudio de este tipo en Melgar, la realización de apoyos en ciudades vecinas es crucial para el desarrollo regional, independientemente del departamento.

Teniendo en cuenta lo anterior, es necesario que todo municipio entienda cuál es su perfil socioeconómico ya que la escasez de esta información se impide establecer políticas públicas

adecuadas ya que se promueve el desarrollo por medio de empresas que no tiene un perfil necesario para realizar establecer políticas adecuadas, además dicho estudio es de gran importancia ya que sirven para investigación de las universidades, también como documento de apoyo para las entidades de salud, entidades políticas y de turismo.

## **7. MARCO DE REFERENCIA**

### **7.1 MARCO TEORICO**

- **Importancia de las empresas**

Se dice que el impacto de las empresas en una sociedad es de gran relevancia, esto es afirmado a través del sitio web Econosublime, de acuerdo con que las empresas producen bienes, generan empleo y ofrecen variedad a los consumidores. Además, investigan y desarrollan nuevos productos para mejorar la calidad de vida y promover el progreso. (Javier Martínez Argudo, s.f.)

Este enfoque resalta la importancia de la existencia de las empresas ya que estas generan un impacto económico y social los cuales permiten generar a través de diferentes actividades económicas el beneficio de hacer un surgimiento óptimo para el desarrollo económico de la región a la cual pertenece.

- **Estudio socioeconómico**

Se es importante destacar que un estudio socioeconómico brinda un enfoque determinado para cada uno de los aspectos a analizar, lo cual hace importante mencionar

que según estudiantes de la Universidad del Cuyo afirman que: Un estudio socioeconómico es un documento que analiza el entorno económico y social de una persona, incluyendo su situación financiera, estilo de vida y redes familiares y sociales. Es útil para comprender el contexto del individuo evaluado. (ROMINA LEIVA RAMIREZ, ANDREA NATALIA RÍOS RAMÍREZ , 2018)

De esta manera el estudio socioeconómico permite diferenciar datos y formular un análisis detallado del comportamiento de la sociedad dentro de un ámbito económico, con el fin de formular y compartir estrategias de cambios para lograr un crecimiento económico positivo.

- **Caracterización económica de un territorio**

Una fuente fundamental para el estudio y obtención de datos dentro de una población es la caracterización, esto es afirmado por Consultora de Medioambiente española llamada “Medio ambiente” ya que destaca: “La caracterización consiste en el análisis de la población, económica, geología y ambiental, que permite tener una visión amplia e integral de una determinada área.” (Método Ambiental Consultores, 2018)

Es decir, es de vital importancia para la población y su crecimiento tener una visión amplia e integra en las diferentes áreas con ayuda de los trabajos de caracterización, ya que ayuda a realizar un análisis específico para poder comprender a la sociedad y a sus variantes, ya que con ayuda de esta herramienta se busca identificar

problemas, diseñar políticas y programas de desarrollo para lograr promover el beneficio de la comunidad.

- **Sectores económicos**

Los sectores económicos se emplean para categorizar todas las actividades económicas dentro de un territorio o Estado. En otras palabras, destacan segmentos específicos de procesos de producción, los cuales se clasifican, según Colin Clark y Jean Fourastié, en primario, secundario y terciario.

- **La hipótesis de los Tres Sectores**

Esta teoría fue desarrollada por Colin Clark y Jean Fourastié, quienes destacaron que los sectores económicos deberían dividirse en tres categorías principales: el Primario, enfocado en la obtención de materias primas; el Secundario, destinado a la fabricación de bienes; y el Terciario, orientado a la provisión de servicios finales.

- **Sector Primario**

La actividad principal de este sector se centra en la obtención de materia prima directamente del medio ambiente. Predominan actividades como la agricultura, la pesca, la minería y la ganadería, entre otras. Esto permite que la labor industrial se concentre principalmente en el cuidado como el uso responsable de estos recursos.

- **Sector Secundario**

El segundo sector despliega una función crucial al transformar las materias primas proporcionadas por el primer sector en productos elaborados destinados al consumo y a la distribución en diversas industrias. Esta transformación implica un proceso ingenioso como detallado que agrega valor a los materiales iniciales, creando productos finales listos para su uso o venta en el mercado. Además de satisfacer las demandas de los consumidores, estos productos también alimentan la cadena de suministro de otras industrias, impulsando así el crecimiento económico y la interconexión entre sectores

- **Sector Terciario**

Por último, el sector terciario desempeña un papel fundamental al facilitar la entrega del producto final al consumidor. Este sector engloba una variedad de industrias como servicios, incluyendo empresas logísticas, agencias de distribución, empresas de transporte, entre otras. Su función es esencial para garantizar que los productos elaborados por el sector secundario lleguen de manera eficiente en suma oportuna a los consumidores finales. Estas industrias no solo se encargan de la distribución física de los productos, sino que también proporcionan servicios relacionados con la gestión de inventarios, el almacenamiento y la coordinación de la cadena de suministro, asegurando así una experiencia satisfactoria para el consumidor contribuyendo al funcionamiento fluido de la economía en su conjunto.

## 7.2 MARCO CONCEPTUAL

- **Generación de empleo**

Según el estudio de economía y sociedad realizado en Buenos Aires, la generación de empleo se da para que “contribuya a otorgarle a este sector la importancia crucial que tiene para un desarrollo económico rápido y social y geográficamente integrado” (Juan J. Llach, M. Marcela Harriague y Ernesto O’Connor, 2004)

La generación de empleo es un proceso vital que implica la colaboración como el esfuerzo conjunto para aumentar la fuerza laboral dentro de las empresas. Este proceso se enfoca en reclutar, seleccionar y capacitar a individuos con el fin de integrarlos a la fuerza laboral de una organización. Al trabajar en conjunto, se busca no solo cubrir las necesidades de mano de obra, sino también mejorar la eficiencia como su productividad en las diversas áreas de la empresa. Además, esta colaboración no solo beneficia a la empresa en la consecución de sus objetivos, sino que también proporciona oportunidades laborales para individuos que buscan empleo, contribuyendo al crecimiento económico como el desarrollo social en general. La generación de empleo, por lo tanto, no solo se trata de llenar vacantes, sino de crear oportunidades significativas para las personas para fortalecer tanto el tejido empresarial como social.

- **Crecimiento económico**

El crecimiento económico es un indicador crucial que mide el incremento del Producto Interno Bruto (PIB) de una nación en un periodo determinado. Este aumento del PIB refleja el progreso económico de un país, señalando un incremento en la producción de bienes y servicios, así como en la generación de ingresos hasta empleo. Además de simplemente cuantificar el crecimiento del capital el Banco Mundial afirma que “El

crecimiento económico es esencial para reducir la pobreza y mejorar la vida de los más pobres del mundo” (Mundial, s.f.) ya que gracias a esto el crecimiento económico implica una mejora en el nivel de vida de la población, por que proporciona mayores oportunidades de empleo, acceso a bienes y servicios, como una mayor calidad de vida en general.

- **Desarrollo económico**

El desarrollo económico va más allá del simple crecimiento de las empresas; es un proceso tanto complejo como multifacético que implica la mejora continua del sistema estructural de una economía para lograr un crecimiento sostenible como equitativo. Este proceso no se limita únicamente a aumentar la producción además de las ganancias de las empresas, sino que busca optimizar los recursos disponibles, promover la innovación, fomentar la competitividad y mejorar la calidad de vida de la población en general.

- **Empresa**

Son llamadas empresas a entidades empresariales que abarcan una amplia gama de escalas, desde microempresas hasta medianas o incluso grandes corporaciones, dependiendo de su tamaño como la capacidad operativa. Estas empresas operan en diversos sectores comerciales, adaptándose a las necesidades y demandas del mercado en el que se encuentran inmersas.

Independientemente del sector en el que operen, las empresas desempeñan un papel vital en la economía, ya que son generadoras de empleo, impulsoras de la

innovación donde también contribuyen al desarrollo económico y social de las comunidades en las que operan. Su diversidad como adaptabilidad las convierten en pilares fundamentales del tejido empresarial, proporcionando una base sólida para el crecimiento como también prosperidad económica a nivel local, regional y global.

- **Competencia empresarial**

La competencia empresarial se refiere a la participación de las empresas en el mercado con el objetivo de destacarse y ganar una posición competitiva sólida

- **Caracterización Socioeconómica**

La caracterización económica es un proceso integral que implica la recopilación, análisis o evaluación de datos relevantes relacionados con una determinada área o aspecto de la economía. Este proceso se lleva a cabo mediante la recolección de información por parte de diversos métodos, como encuestas, entrevistas, análisis de documentos y datos estadísticos, entre otros.

El objetivo principal de la caracterización económica es obtener una comprensión profunda y detallada de diferentes aspectos económicos, sociales como comerciales. Esto puede incluir la identificación de tendencias, patrones o cambios en el comportamiento del mercado, así como el análisis de factores que influyen en la actividad económica, como políticas gubernamentales, cambios en la demanda del consumidor, innovaciones tecnológicas como condiciones macroeconómicas.

Al recopilar del mismo modo analizar esta información, se busca obtener una visión ampliada e igualmente enriquecida del tema en cuestión, lo que permite a los investigadores, analistas y tomadores de decisiones obtener una base sólida para formular estrategias, políticas y acciones que promuevan el crecimiento económico, la estabilidad como el desarrollo sostenible. Además, la caracterización económica puede ser utilizada por empresas, instituciones gubernamentales, organizaciones sin fines de lucro y otros actores del mercado para comprender mejor su entorno, identificar oportunidades y desafíos, para con ello tomar decisiones informadas. En decir, la caracterización económica es un proceso fundamental para obtener información precisa y relevante que contribuya al conocimiento de la misma forma la toma de decisiones en el ámbito económico.

- **Turismo**

La actividad del turismo se distingue por ser una experiencia en la que las personas viajan desde su lugar de residencia a otros destinos con el fin de explorar, adquirir nuevas experiencias para sumergirse en diferentes culturas. Este fenómeno no solo implica el movimiento físico de individuos, sino también la interacción e intercambio cultural entre personas de diferentes orígenes.

El turismo desempeña un papel fundamental en las áreas donde se desarrolla, ya que se considera una importante fuente de ingresos. Los destinos turísticos se benefician económicamente gracias al gasto de los visitantes, que contribuyen al crecimiento de la economía local a través del consumo de bienes y servicios. Además, el turismo puede

estimular la inversión en infraestructura como servicios turísticos, generando empleo y promoviendo el desarrollo de la comunidad.

Es importante destacar que el turismo no solo aporta beneficios económicos, sino también sociales y culturales. Facilita el intercambio cultural, promueve la comprensión intercultural que por tanto fortalece los lazos entre comunidades. Además, esto puede fomentar la conservación del patrimonio cultural y natural, que al mismo tiempo que sensibiliza a los visitantes sobre la importancia de preservar estos recursos para las generaciones futuras.

### **7.3 MARCO LEGAL**

- **Ley 590 de 2000. “Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las: micro, pequeñas y medianas empresas.**

La Ley 590 de 2000, también conocida como la Ley de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPymes) en Colombia, representa un marco legislativo crucial para impulsar el desarrollo integral de este importante sector empresarial. Su principal objetivo es mejorar las condiciones operativas de las MiPymes para facilitar su acceso a recursos financieros, tecnológicos y de capacitación. Además de buscar fortalecer la competitividad de estas empresas a nivel nacional e internacional, la ley fomenta la asociatividad empresarial y promueve la innovación como motores de crecimiento. En síntesis, la Ley 590 es un instrumento clave para fortalecer el tejido empresarial colombiano asimismo para contribuir al crecimiento económico sostenible del país.

- **Ley 2069 de 2020. “Por el medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia.”**

Tiene como propósito fundamental crear un entorno regulatorio favorable que estimule el surgimiento como el desarrollo de emprendimientos, así como el crecimiento, consolidación como permanencia de las empresas en el país. Su objetivo primordial es incrementar el bienestar social y promover la equidad a través del fomento de la actividad empresarial. En resumen, esta legislación busca establecer las condiciones necesarias para que los emprendedores puedan prosperar de manera significativa al progreso económico y social de Colombia.

- **Ley 2068 de 2020. “Ley de Turismo”.**

Esta ley tiene como propósito principal la implementación de políticas destinadas a regular, conservar y aprovechar de manera sostenible los sitios turísticos de gran relevancia.

El objetivo principal de esta ley es impulsar la competitividad en el sector turístico, promoviendo la preservación de los recursos naturales y culturales, pero asimismo garantizando una experiencia positiva para los visitantes.

- **Ley 1429 de 2010. “Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo”.**

ARTÍCULO 1o. OBJETO.

La presente ley tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse.

#### ARTÍCULO 2o. DEFINICIONES.

1. Pequeñas empresas: Para los efectos de esta ley, se entiende por pequeñas empresas aquellas cuyo personal no sea superior a 50 trabajadores y cuyos activos totales no superen los 5.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

2. Inicio de la actividad económica principal: Para los efectos de esta ley, se entiende por inicio de la actividad económica principal la fecha de inscripción en el registro mercantil de la correspondiente Cámara de Comercio, con independencia de que la correspondiente empresa previamente haya operado como empresa informal.

3. Tipos de informalidad de empleo: para los efectos de esta ley, existirán 2 tipos de informalidad de empleo:

a) Informalidad por subsistencia: Es aquella que se caracteriza por el ejercicio de una actividad por fuera de los parámetros legalmente constituidos, por un individuo, familia o núcleo social para poder garantizar su mínimo vital.



unos 98 kilómetros al sur de la capital departamental, Ibagué, y se encuentra contigua al área urbana del municipio de Cundinamarca. Con una extensión territorial que abarca 215.7 kilómetros cuadrados, Melgar se erige a una altitud de 323 metros sobre el nivel del mar, brindando un escenario de belleza natural incomparable. Su población, aproximadamente de 32,000 habitantes, refleja la vitalidad y la diversidad cultural de esta vibrante comunidad.

Melgar se ha ganado merecidamente su reputación como uno de los destinos turísticos más cautivadores de la región. Sus encantos son innumerables y abarcan una amplia gama de actividades de ocio, diversión como enriquecimiento cultural. Sin embargo, lo que más destaca de este pintoresco rincón es su vasta oferta de piscinas, tanto es así que Melgar es cariñosamente apodada el "Mar de las piscinas".

Esta denominación no es en vano, ya que el municipio cuenta con una cantidad impresionante de estas refrescantes instalaciones. Esta abundancia de piscinas se debe en gran medida al clima cálido que predomina en la zona, convirtiendo a Melgar en un imán irresistible para aquellos que buscan escapar del sofocante calor para sumergirse en aguas refrescantes.

Además de sus refrescantes piscinas, Melgar ofrece una variedad de opciones para todos los gustos y edades. Desde actividades acuáticas hasta paseos culturales por sus calles empedradas, la diversión como la aventura nunca faltan en este destino turístico vibrante y lleno de vida.

Los turistas que visitan Melgar no solo vienen a disfrutar de su clima cálido y sus refrescantes piscinas, sino también para sumergirse en la rica cultura como las tradiciones de la región. La hospitalidad de sus habitantes, la deliciosa gastronomía local como la belleza natural que lo rodea hacen de Melgar un lugar verdaderamente inolvidable para aquellos que tienen el privilegio de explorarlo.

Tal como lo afirma la gobernación del Tolima, Melgar cuenta con una “oferta de alojamiento que incluye hoteles campestres que cuentan con piscina y restaurante, entre otros servicios. Algunos tienen discoteca y bar.” (Gobernación del Tolima, s.f.) pues esto es de gran atracción para turistas que desean salir de la rutina y disfrutar de las maravillas del municipio.

## **8. DISEÑO METODOLOGICO.**

### **8.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

La investigación descriptiva es un tipo de investigación que tiene como objetivo principal describir, explicar y analizar las características o propiedades de un fenómeno o situación. Este enfoque se centra en recopilar información detallada sobre las variables involucradas, sin manipularlas ni establecer relaciones causales.

Teniendo en cuenta lo dicho por la Dra. Chagoya en su documento Metodologías y Técnicas de la Investigación hace importante mencionar que: Este tipo de investigación

utiliza el análisis para describir y clasificar un objeto o situación específica, identificando sus características y propiedades. También ayuda a organizar y sistematizar los elementos involucrados en el trabajo de investigación. (CHAGOYA, MARÍA DEL CARMEN GÓMEZ)

Es decir, la investigación descriptiva se utiliza para proporcionar una imagen clara como precisa de cómo es o se presenta un fenómeno en un momento específico, permitiendo identificar patrones, tendencias y características distintivas. Es común en estudios de encuestas, observacionales y de análisis de contenido.

## **8.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

### **CUANTITATIVO**

El enfoque cuantitativo es un enfoque basado en la recopilación además del análisis de datos numéricos para comprender además de explicar fenómenos, así como para identificar patrones, relaciones como también regularidades. Este método utiliza instrumentos estandarizados, como encuestas, para medir variables específicas así mismo obtener resultados cuantificables, para el presente estudio se pretende usar encuestas ya que es el método de mayor proporción de datos clave.

### **CUALITATIVO**

El enfoque cualitativo es un enfoque de investigación que se centra en comprender, interpretar y explorar fenómenos a través de la recopilación como el análisis

de datos no numéricos. Se pretende usar este método dado las características del estudio, para entender los datos estadísticos también se tiene que poseer un contexto y los stakeholders económicos son parte de este proceso. Se usará por medio de este enfoque la entrevista, esta es esencial para brindar beneficio metodológico hacia las partes involucradas en este estudio.

### 8.3 MUESTRA

Se realizará recolección de datos aleatoria a los empresarios, en el apartado de encuestados, cada uno tiene la misma probabilidad de ser tenido en cuenta, se tiene en cuenta la disponibilidad de cada uno para efectuar su aporte.

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$

*Ilustración 2 Fórmula de muestra*

**K:** Confianza, **90%**

**e:** Margen de error, **10%**

**p:** Segmento objetivo **0,5**

**q:** Personas que no hacen parte del segmento **0,5**

**N:** Tamaño de la muestra **200**

### 8.4 POBLACIÓN

La población será los empresarios restauranteros de Melgar, actualmente este municipio cuenta con 200 empresas aproximadamente según Impulsa360 (Expertos en

estadísticas empresariales), es decir el tamaño de la muestra es de 51 teniendo en cuenta que una persona puede tener más de una empresa.

## **8.5 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

### **8.5.1 ENCUESTA**

Es el método de mayor recolección de datos y estadísticas, idóneo para recolectar información rápida como precisa de diversas personas.

### **8.5.2 ENTREVISTA**

Instrumento que permite más que enriquecer estadísticas, da a conocer diversos puntos de vista que con la encuesta no se podría lograr, se pretende enriquecer la investigación mediante este método.

## **8.6 ANÁLISIS DE BASES DE DATOS**

Se tendrán en cuenta bases de datos provenientes del Registro Único Empresarial y Social (RUES) la cual servirá de ayuda para realizar un análisis detallado de las diferentes actividades comerciales presenten en la localidad de Melgar y así garantizar buenas fuentes de información para la realización del presente trabajo, se usarán herramientas provenientes del Business Intelligence.

## **8.7 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS**

Una vez recolectada la misma se procederá a tabular dicha información y representar mediante graficas idóneas que permita el fácil entendimiento de la información para cualquier tipo de persona, además de ello se emitirá una conclusión que permita sintetizar la información.

## 8.8 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	FEBRERO		MARZO				ABRIL				MAYO			
	SEMANAS		SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS			
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>INICIO DEL PROYECTO</b>														
FORMULACIÓN DEL TÍTULO DEL PROYECTO	■													
FORMULACIÓN DE PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN		■												
REALIZACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN		■												
JUSTIFICACIÓN														
<b>DESARROLLO DEL PROYECTO</b>														
ELABORACIÓN DE LOS MARCOS DE REFERENCIA		■												
ELABORACIÓN DE RECURSOS DE INVESTIGACIÓN		■	■	■										
PUEBA DE RECURSOS DE INVESTIGACIÓN					■	■								
IMPLEMENTACIÓN DE RECURSOS DE INVESTIGACIÓN					■	■	■							
PROCESAMIENTO DE DATOS						■	■							
ANÁLISIS DE DATOS RECOGIDOS						■	■							
<b>CIERRE DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN</b>														
REDACCIÓN TRABAJO FINAL						■	■	■	■					
REVISIÓN Y CORRECCIONES DEL TRABAJO FINAL								■	■					
ENTREGA FINAL DEL TRABAJO										■	■			
SUSTENTACIÓN TRABAJO FINAL														

*Ilustración 3 Cronograma de Actividades*

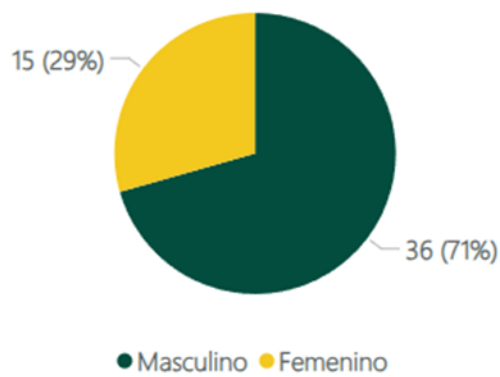
**Fuente:** *Elaboración Propia*

## 9. ENCUESTA APLICADA A EMPRESAS

### 9.1 APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

#### SECCIÓN I ASPECTOS SOCIECONOMICOS

1. ¿Cuál es su género?



*Ilustración 4 ¿Cuál es su género?*

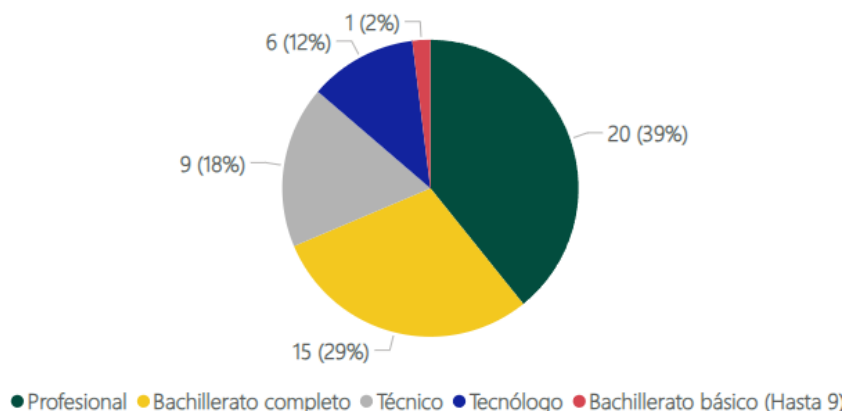
**Fuente:** Propia

Los resultados de la encuesta demuestran que, de los 51 empresarios restauranteros encuestados en Melgar, el 70.6% son hombres, mientras que el 29.4% son mujeres. Esta distribución sugiere una predominancia de empresarios masculinos en la industria restaurantera local.

Si bien la mayoría de los empresarios son hombres, es importante destacar que la presencia de mujeres en el sector gastronómico también es significativa. Esta diversidad de género en la industria restaurantera puede contribuir a una mayor variedad de perspectivas como también sus enfoques, lo que potencialmente puede beneficiar a la industria en términos de innovación además de adaptación a las necesidades del mercado.

Los resultados también pueden indicar áreas donde se podrían implementar políticas o programas para promover una mayor equidad de género en el sector restaurantera, fomentando así la participación de más mujeres en roles de liderazgo y toma de decisiones.

## 2. ¿Cuál es su nivel de escolaridad?



*Ilustración 5. ¿Cuál es su nivel de escolaridad?*

**Fuente:** Propia

La mayoría de los encuestados tienen una formación profesional, representando el 39.2% del total. Esto sugiere que la educación universitaria es común entre los empresarios en la industria restaurantera local. El siguiente grupo más grande es el de aquellos con bachillerato completo, que representan el 29.4% del total. Esto indica que un porcentaje significativo de empresarios tiene al menos educación secundaria completa.

Los empresarios con formación técnica y tecnológica constituyen el 17.6% y el 11.8% respectivamente. Esto refleja una presencia notable de personas con habilidades y conocimientos especializados en áreas técnicas o tecnológicas dentro de la industria restaurantera.

Por último, solo un encuestado indicó tener educación hasta el bachillerato básico, lo que representa el 2% del total. Esta cifra es baja en comparación con otros niveles educativos, lo que sugiere que la mayoría de los empresarios en el sector tienen al menos una educación secundaria completa.

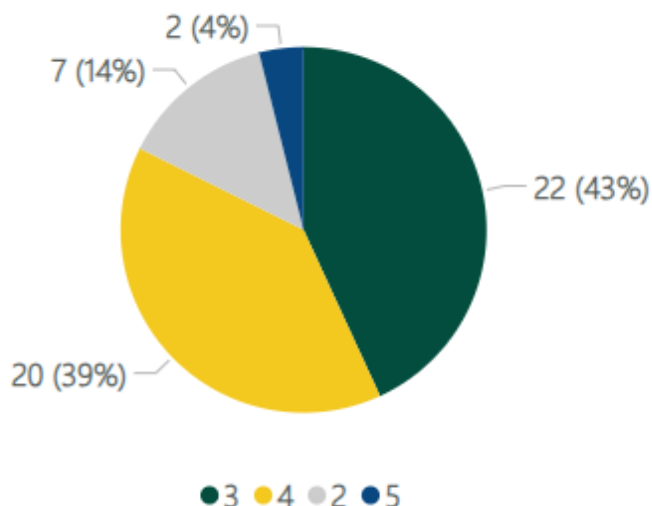
El hecho de que la mayoría de los empresarios restauranteros encuestados en Melgar tengan un nivel educativo relativamente alto, como educación profesional, técnica o tecnológica, sugiere varios aspectos positivos sobre la industria restaurantera en la región:

**Mayor capacitación y conocimientos especializados:** Los empresarios con formación profesional, técnica o tecnológica probablemente tengan habilidades y conocimientos específicos que les permitan gestionar eficientemente un negocio en el sector restaurantero. Esto puede incluir competencias en áreas como gestión empresarial, administración, gastronomía, marketing, entre otros.

**Innovación y adaptación:** La educación superior tiende a fomentar el pensamiento crítico, la resolución de problemas y la capacidad de innovación. Los empresarios con este nivel educativo pueden estar mejor equipados para adaptarse a los cambios en el mercado, implementar nuevas ideas y tecnologías, y responder de manera efectiva a las demandas de los clientes.

**Mejora de la calidad y la competitividad:** Un nivel educativo más alto entre los empresarios restauranteros puede contribuir a elevar los estándares de calidad en la industria y fomentar una mayor competencia. Esto puede traducirse en una oferta gastronómica más diversa con una mayor calidad, así como en una mejor experiencia para los clientes.

### 3. ¿Cuál es su estrato socioeconómico?



*Ilustración 6 ¿Cuál es su estrato socioeconómico?*

**Fuente:** Propia

Los resultados muestran una diversidad en los estratos socioeconómicos de los empresarios restauranteros encuestados en Melgar.

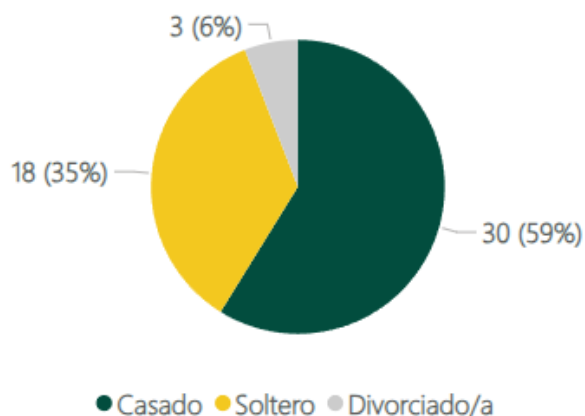
El estrato más común entre los encuestados es el estrato 3, con el 43.1% del total. Esto sugiere que una proporción significativa de empresarios en la industria restaurantera local pertenece a un nivel socioeconómico medio.

El estrato 4 también cuenta con una presencia notable, representando el 39.2% del total. Esto indica que una parte importante de los empresarios restauranteros en Melgar está ubicada en un estrato socioeconómico medio-alto.

Por otro lado, el estrato 2 y el estrato 5 tienen una presencia más baja entre los encuestados, con el 13.7% y el 3.9% respectivamente. Esto sugiere que hay menos empresarios en la industria restaurantera local que pertenecen a los estratos socioeconómicos más bajos o altos.

Es decir, estos resultados muestran una distribución diversa en los estratos socioeconómicos de los empresarios restauranteros en Melgar, lo que refleja la heterogeneidad en términos de origen socioeconómico dentro de la industria. Esto puede tener implicaciones importantes en áreas como el acceso a recursos financieros, la capacidad de inversión y la segmentación del mercado objetivo para los restaurantes en la región

#### 4. ¿Cuál es su estado civil?



*Ilustración 7 ¿Cuál es su estado civil?*

**Fuente:** Propia

La mayoría de los encuestados están casados, representando el 58.8% del total. Esto sugiere que una proporción significativa de los empresarios en la industria restaurantera local tiene un compromiso marital.

El estado civil de soltero es el siguiente más común, con el 35.3% del total. Esto indica que también hay una cantidad considerable de empresarios que no tienen pareja legalmente reconocida.

Por otro lado, el estado civil de divorciado/a tiene una presencia mucho más baja entre los encuestados, con solo el 5.9% del total. Esto sugiere que hay menos empresarios restauranteros en Melgar que han experimentado un divorcio en comparación con los otros estados civiles



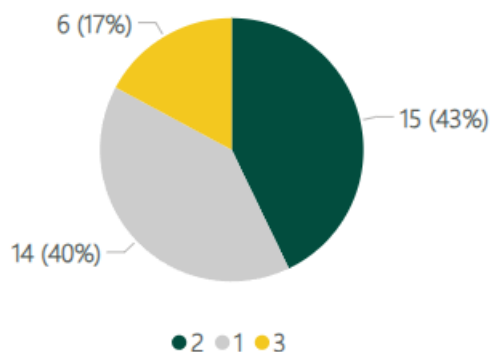
*Ilustración 8 ¿Tiene hijos?*

**Fuente:** Propia

Los resultados muestran que la mayoría de los empresarios restauranteros encuestados en Melgar tienen hijos, representando el 68.6% del total, mientras que el 31.4% indicaron no tener hijos.

Esto sugiere que una proporción significativa de los empresarios en la industria restaurantera local tiene responsabilidades familiares, lo que podría influir en sus decisiones empresariales, como horarios de trabajo, políticas de empleo y beneficios para empleados. El hecho de que la mayoría tenga hijos también puede indicar la importancia de considerar tanto las necesidades como las preocupaciones familiares al desarrollar políticas y programas de apoyo para los empresarios en el sector gastronómico de Melgar.

6. ¿En caso de ser positiva la pregunta anterior, cuantos?



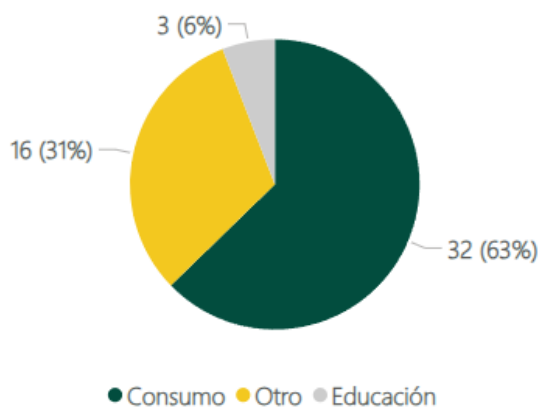
*Ilustración 9 ¿En caso de ser positiva la pregunta anterior, cuantos?*

**Fuente:** Propia

Entre los empresarios restauranteros que tienen hijos (35 en total), la mayoría tienen 1 o 2 hijos, representando el 40% y el 42.9% respectivamente. Por otro lado, un número menor tiene 3 hijos, lo que representa el 17.1% del total.

Estos resultados sugieren que la mayoría de los empresarios con hijos en la industria restaurantera de Melgar tienen familias de tamaño pequeño a mediano. Esta distribución podría influir en decisiones relacionadas con la gestión del tiempo

7. ¿Cuál es el uso principal de sus ingresos?



*Ilustración 10 ¿Cuál es el uso principal de sus ingresos?*

**Fuente:** Propia

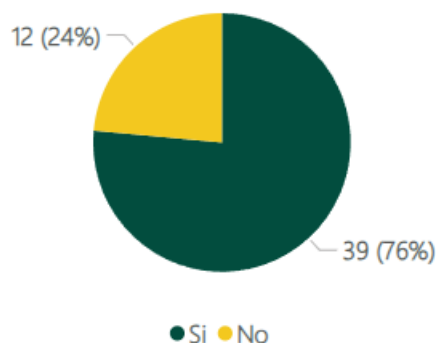
Los resultados muestran que la mayoría de los empresarios restauranteros encuestados en Melgar indicaron que el uso principal de sus ingresos es el consumo, representando el 62.7% del total.

Solo un pequeño porcentaje de encuestados mencionaron que el uso principal de sus ingresos es la educación, con el 5.9% del total.

Además, el 31.4% de los encuestados indicaron otro uso principal para sus ingresos, lo que podría incluir ahorro, inversión u otros gastos no especificados en las opciones de la encuesta.

Estos resultados sugieren que la mayoría de los empresarios en la industria restaurantera local priorizan el consumo como destino principal de sus ingresos, lo que podría estar relacionado con la necesidad de cubrir gastos personales, familiares o empresariales.

### 8. ¿Cuenta con vivienda propia?



*Ilustración 118. ¿Cuenta con vivienda propia?*

**Fuente:** Propia

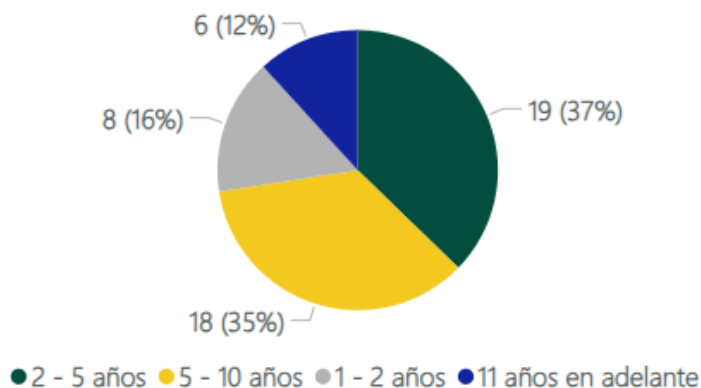
La gran mayoría de los empresarios restauranteros encuestados en Melgar, representando el 76.5% del total, indicaron que cuentan con vivienda propia.

Esto sugiere que la mayoría de los empresarios en el sector gastronómico local poseen una propiedad residencial. Por otro lado, un pequeño porcentaje de encuestados, el 23.5%, indicó que no cuentan con vivienda propia.

El hecho de que la mayoría de los empresarios tengan vivienda propia puede indicar cierto grado de estabilidad financiera y seguridad económica en el sector restaurantero de Melgar.

## SECCIÓN II EMPRESA

### 9. Años de antigüedad de su empresa



*Ilustración 121. Años de antigüedad de su empresa*

**Fuente:** Propia

Los resultados muestran una distribución variada en cuanto a la antigüedad de las empresas de los empresarios restauranteros encuestados en Melgar.

La mayoría de las empresas tienen una antigüedad relativamente corta:

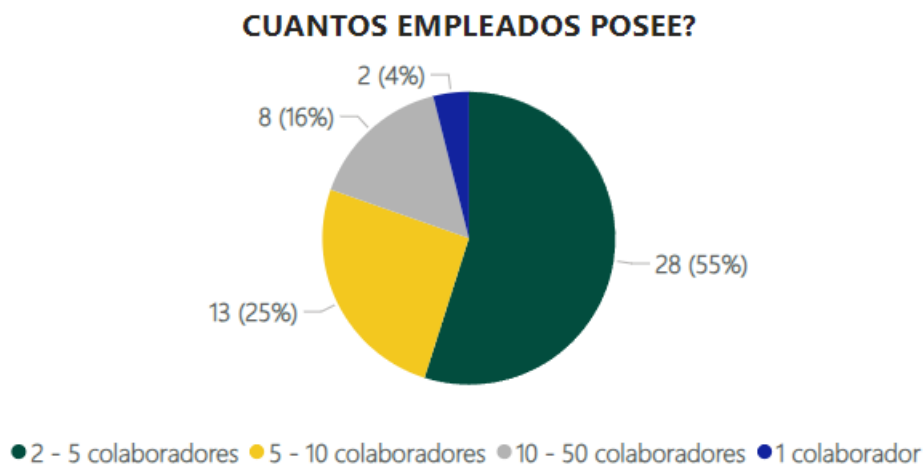
- El 15.7% tienen entre 1 y 2 años de antigüedad.
- El 37.3% tienen entre 2 y 5 años de antigüedad.

Además, hay una proporción considerable de empresas con una antigüedad más establecida:

- El 35.3% tienen entre 5 y 10 años de antigüedad.
- El 11.8% tienen 11 años o más de antigüedad.

Esto sugiere que la industria restaurantera en Melgar está compuesta tanto por empresas nuevas como por empresas más establecidas. La presencia de una variedad de empresas en diferentes etapas de su desarrollo puede tener implicaciones en áreas como la competencia, la innovación y la estabilidad económica del sector gastronómico local.

**10.** ¿Cuántos empleados posee?



*Ilustración 13 ¿Cuántos empleados posee?*

**Fuente:** Propia

Los resultados muestran una variedad en cuanto al tamaño del personal empleado por las empresas de los empresarios restauranteros encuestados en Melgar.

La mayoría de las empresas tienen entre 2 y 5 colaboradores, representando el 54.9% del total. Esto sugiere que la mayoría de los negocios en el sector gastronómico local son de tamaño pequeño o mediano en términos de personal.

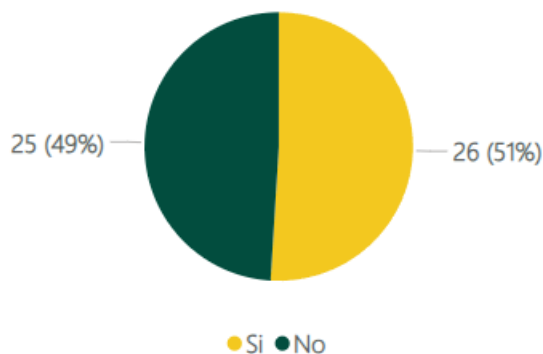
Además, hay una proporción considerable de empresas con un número aún menor de colaboradores:

El 25.5% tienen entre 5 y 10 colaboradores. El 15.7% tienen entre 10 y 50 colaboradores.

Por otro lado, solo un pequeño porcentaje de empresas tienen un solo colaborador, representando el 3.9% del total.

Estos resultados sugieren que la industria restaurantera en Melgar está compuesta principalmente por empresas de tamaño pequeño o mediano en términos de personal, con una variedad de empresas que van desde operaciones muy pequeñas hasta empresas más grandes con una cantidad considerable de colaboradores.

### 11. ¿Su empresa lleva contabilidad?



*Ilustración 14 ¿Su empresa lleva contabilidad?*

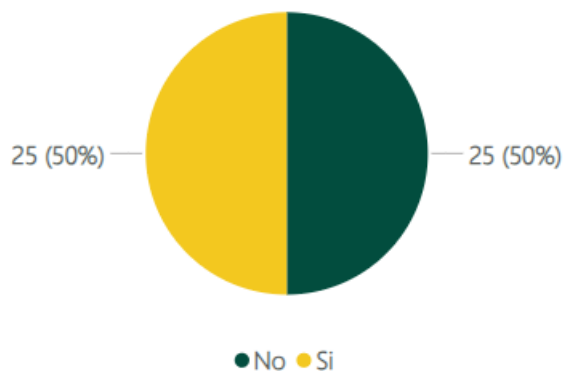
**Fuente:** Propia

Los resultados muestran una división casi equitativa en cuanto al registro contable en las empresas de los empresarios restauranteros encuestados en Melgar. El 51% de las empresas encuestadas indicaron que llevan contabilidad, mientras que el 49% declararon que no lo hacen.

La llevanza de contabilidad es fundamental para la gestión financiera adecuada de cualquier empresa, incluyendo los negocios en el sector gastronómico. Llevar registros contables precisos y actualizados permite a los empresarios tener una mejor comprensión de sus finanzas, facilita la toma de decisiones informadas y ayuda a cumplir con las obligaciones fiscales y legales.

El hecho de que cerca de la mitad de las empresas no lleven contabilidad puede sugerir posibles áreas de mejora en la gestión financiera de los negocios en el sector restaurantero de Melgar. Implementar prácticas contables adecuadas podría contribuir a una mayor transparencia, eficiencia y sostenibilidad en las operaciones empresariales

12. ¿Su empresa tiene gerente o administrador?



*Ilustración 15 ¿Su empresa tiene gerente o administrador?*

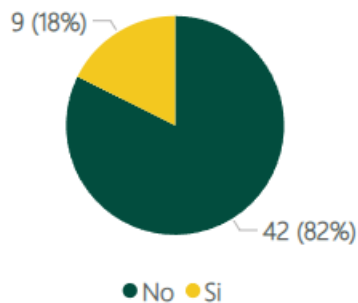
**Fuente:** Propia

Los resultados muestran una división equitativa en cuanto a la presencia de un gerente o administrador en las empresas de los empresarios restauranteros encuestados en Melgar.

El 50% de las empresas encuestadas indicaron que tienen un gerente o administrador, mientras que el otro 50% declaró que no lo tienen.

La presencia de un gerente o administrador en una empresa puede tener importantes implicaciones en cuanto a la gestión y supervisión de las operaciones diarias, la toma de decisiones estratégicas, la coordinación del personal y la implementación de políticas empresariales. El hecho de que la mitad de las empresas no tengan un gerente o administrador puede sugerir diferentes modelos de gestión empresarial, que van desde operaciones más informales hasta empresas más estructuradas y jerárquicas.

13. ¿Su empresa tiene manual de funciones y procesos?



*Ilustración 16 ¿Su empresa tiene manual de funciones y procesos?*

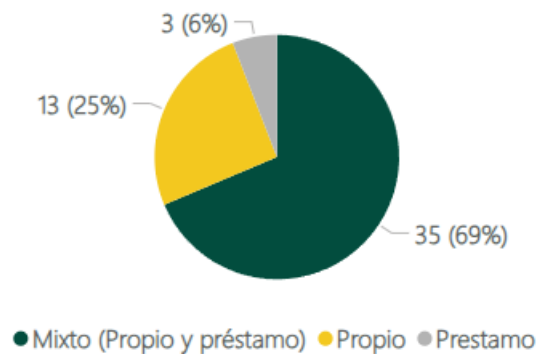
**Fuente:** Propia

Los resultados muestran que la mayoría de las empresas de los empresarios restauranteros encuestados en Melgar, específicamente el 82.4%, no cuentan con un manual de funciones y procesos.

Solo el 17.6% de las empresas encuestadas indicaron que tienen un manual de funciones y procesos. Un manual de funciones y procesos es una herramienta importante para establecer procedimientos claros y consistentes en una empresa, lo que ayuda a mejorar la eficiencia operativa, la coordinación del personal y la calidad del servicio ofrecido.

El hecho de que la mayoría de las empresas no tengan un manual de funciones y procesos puede sugerir posibles áreas de mejora en cuanto a la organización y la gestión de las operaciones empresariales en el sector gastronómico de Melgar. La implementación de un manual de funciones y procesos podría contribuir a una mayor profesionalización y estructuración de las actividades empresariales.

**14.** El capital para el montaje de su empresa fue de origen:



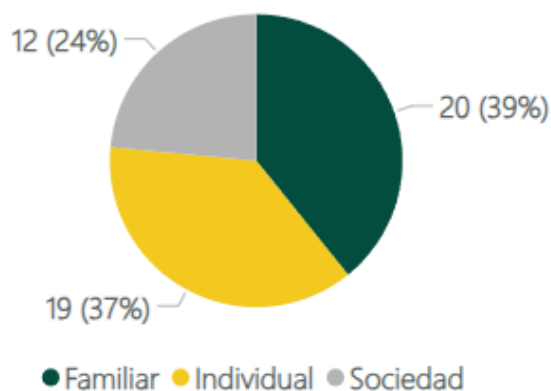
*Ilustración 17 El capital para el montaje de su empresa fue de origen:*

**Fuente:** Propia

Los resultados muestran que la mayoría de los empresarios restauranteros encuestados en Melgar, específicamente el 68.6%, utilizaron un capital de origen mixto (propio y préstamo) para el montaje de su empresa. Un porcentaje más bajo, el 25.5%, utilizó capital propio para el montaje de su empresa. Por otro lado, solo un pequeño porcentaje, el 5.9%, utilizó un préstamo para financiar el montaje de su empresa.

Estos resultados sugieren que la mayoría de los empresarios en el sector restaurantero de Melgar optaron por una combinación de recursos financieros, lo que podría incluir sus propios ahorros y capital obtenido a través de préstamos, para iniciar sus empresas. Esto podría indicar una estrategia para reducir riesgos financieros o para aprovechar oportunidades de financiamiento externo.

**15. Su empresa es:**



*Ilustración 18 Su empresa es:*

**Fuente:** Propia

Los resultados muestran una diversidad en cuanto a la estructura empresarial de los empresarios restauranteros encuestados en Melgar.

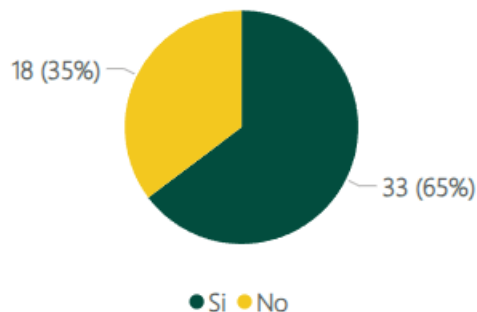
El 39.2% de las empresas son de tipo familiar, lo que sugiere que un porcentaje significativo de los negocios en el sector gastronómico local son operados y gestionados por miembros de la misma familia.

El 37.3% de las empresas son individuales, lo que indica que una proporción considerable de empresarios operan sus negocios de manera independiente, sin asociarse con otros individuos o entidades.

El 23.5% de las empresas son sociedades, lo que implica que un número significativo de empresarios han optado por asociarse con otros individuos o entidades para operar y gestionar sus negocios en el sector gastronómico.

Estos resultados sugieren una variedad de enfoques en cuanto a la estructura y gestión empresarial en el sector restaurantero de Melgar. La elección de la estructura empresarial puede depender de factores como el tamaño del negocio, la naturaleza de las relaciones familiares, la disponibilidad de recursos y la estrategia empresarial

16. ¿Está usted en este momento apalancado financieramente?



*Ilustración 19 ¿Está usted en este momento apalancado financieramente?*

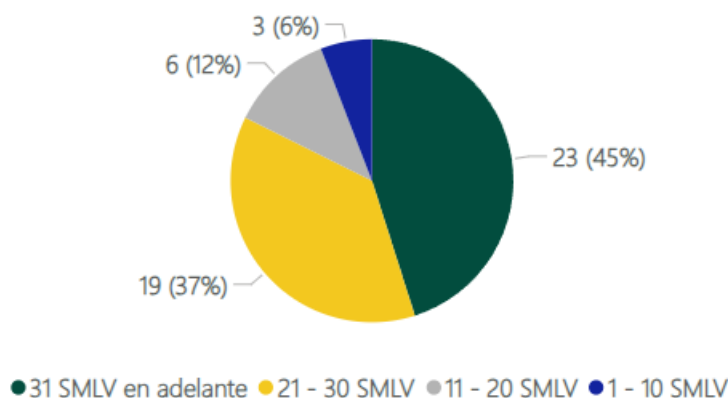
**Fuente:** Propia

Los resultados muestran que la mayoría de los empresarios restauranteros encuestados en Melgar, específicamente el 64.7%, están actualmente apalancados financieramente.

El apalancamiento financiero implica utilizar fondos prestados para financiar operaciones o inversiones con la expectativa de generar un rendimiento mayor que el costo del préstamo. Esto puede incluir el uso de préstamos bancarios, líneas de crédito u otras formas de financiamiento externo. Por otro lado, el 35.3% de los empresarios encuestados indicaron que no están actualmente apalancados financieramente.

El hecho de que la mayoría de los empresarios estén actualmente apalancados financieramente puede sugerir una estrategia para aumentar la capacidad de inversión y crecimiento de los negocios en el sector gastronómico de Melgar. Sin embargo, también puede implicar un mayor riesgo financiero y la necesidad de gestionar adecuadamente la carga de la deuda.

17. ¿Aproximadamente cuál es el valor de los activos de su organización?



*Ilustración 20 ¿Aproximadamente cuál es el valor de los activos de su organización?*

**Fuente:** Propia

Los resultados muestran una distribución variada en cuanto al valor de los activos de las organizaciones de los empresarios restauranteros encuestados en Melgar.

El 5.9% de las organizaciones tienen activos valuados entre 1 y 10 salarios mínimos.

El 11.8% de las organizaciones tienen activos valuados entre 11 y 20 salarios mínimos.

El 37.3% de las organizaciones tienen activos valuados entre 21 y 30 salarios mínimos.

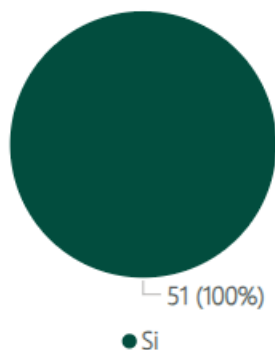
El 45.1% de las organizaciones tienen activos valuados en 31 salarios mínimos o más.

Estos resultados sugieren que una parte significativa de las organizaciones en el sector restaurantero de Melgar tiene activos de valor moderado a alto. Esto puede indicar un nivel de inversión y desarrollo empresarial sustancial dentro de la industria gastronómica local.

El valor de los activos de una organización puede influir en su capacidad para operar, expandirse y competir en el mercado. Las organizaciones con activos más valiosos pueden tener acceso a más recursos y oportunidades para el crecimiento empresarial.

### SECCION III PROPUESTAS

#### 18. ¿Estaría dispuesto a recibir capacitación?



*Ilustración 21 ¿Estaría dispuesto a recibir capacitación?*

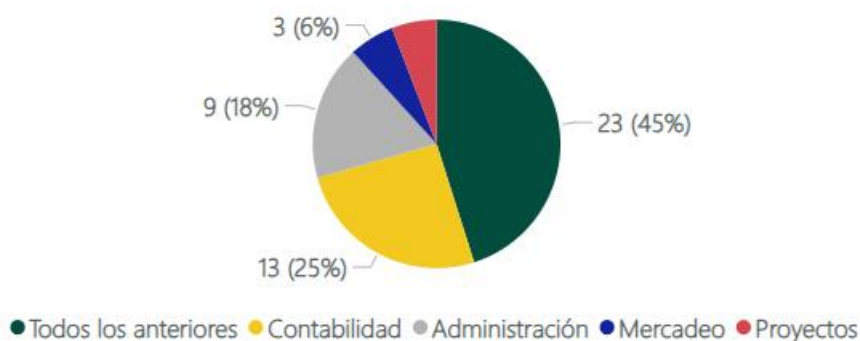
**Fuente:** Propia

El resultado muestra que el 100% de los empresarios restauranteros encuestados en Melgar estarían dispuestos a recibir capacitación.

Esta disposición a recibir capacitación es muy positiva, ya que indica un interés por parte de los empresarios en mejorar sus habilidades y conocimientos en diversos aspectos relacionados con la gestión de sus negocios en el sector gastronómico. La capacitación puede proporcionar herramientas y recursos que les permitan enfrentar desafíos, aprovechar oportunidades y mejorar la competitividad de sus empresas.

La disposición de los empresarios a participar en programas de capacitación también refleja una actitud proactiva hacia el desarrollo profesional y el crecimiento empresarial. La capacitación continua puede ser fundamental para mantenerse al día con las tendencias del mercado, adoptar nuevas tecnologías y prácticas empresariales para así mejorar la calidad de los servicios ofrecidos.

19. ¿Si su respuesta fue positiva en que aspectos la recibiría?



*Ilustración 22 ¿Si su respuesta fue positiva en que aspectos la recibiría?*

**Fuente:** Propia

Los resultados muestran que los empresarios restauranteros encuestados en Melgar están interesados en recibir capacitación en una variedad de aspectos relacionados con la gestión empresarial.

Un porcentaje significativo, el 45.1%, expresó interés en recibir capacitación en todos los aspectos mencionados, lo que incluye administración, contabilidad, mercadeo y proyectos. Esto indica un deseo de obtener un conocimiento integral sobre diferentes áreas de la gestión empresarial.

El siguiente aspecto más solicitado es contabilidad, con el 25.5% de los encuestados interesados en recibir capacitación en este campo. La contabilidad es fundamental para una gestión financiera adecuada para cumplir con las obligaciones fiscales y legales.

La administración también es un área de interés, con el 17.6% de los encuestados interesados en recibir capacitación en este aspecto. La capacitación en administración puede ayudar a mejorar la eficiencia operativa y la toma de decisiones estratégicas.

Por otro lado, un porcentaje más bajo de encuestados expresó interés en recibir capacitación en mercadeo (5.9%) y proyectos (5.9%). Sin embargo, estas áreas también son importantes para el éxito empresarial, ya que el mercadeo ayuda a promover el negocio y atraer clientes, mientras que la gestión de proyectos puede ser crucial para la implementación exitosa de iniciativas empresariales.

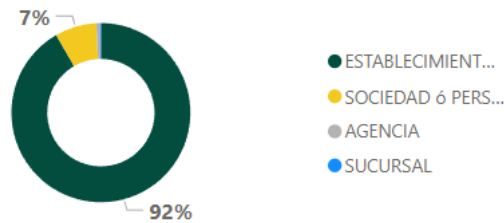
Estos resultados indican que los empresarios restauranteros en Melgar tienen una variedad de intereses en cuanto a la capacitación, con un enfoque en áreas como contabilidad, administración, mercadeo y proyectos. Esto refleja un reconocimiento de la importancia de adquirir habilidades y conocimientos en diferentes aspectos de la gestión empresarial para mejorar la competitividad y el éxito de los negocios en el sector gastronómico local.

### 10. BASE DE DATOS DE LAS EMPRESAS

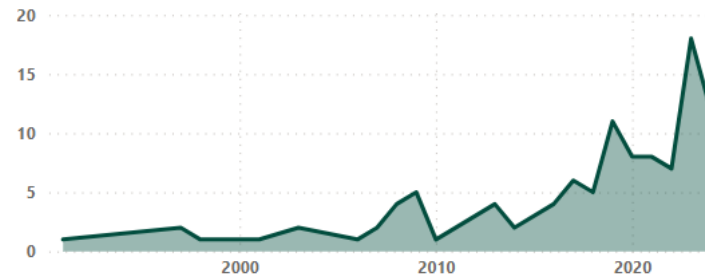


## DASHBOARD EMPRESAS MELGARENCES SECTOR RESTAURANTERO AÑO 2024

ORGANIZACION JURIDICA DE LOS RESTAURANTES MELGARENCES



APERTURA HISTORICA RESAURANTES EXISTENTES 1991 - 2024

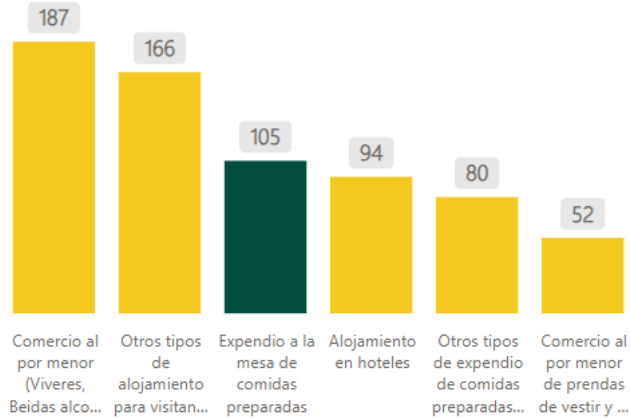


org\_juridica

APERTURA HISTORICA RESAURANTES EXISTENTES 1991 - 2024

Año	Recuento de actividad_economica
2024	12
2023	18
2022	7
2021	8
2020	8
2019	11
2018	5
2017	6
2016	4
2014	2
2013	4
2010	1
2009	5
2008	4
2007	2
2006	1
2003	2
2001	1
1998	1
1997	2
1991	1
<b>Total</b>	<b>105</b>

TOP 6 SECTORES ECONOMICOS CON MAS EMPRESAS EN MELGAR



SEGUNDA ACTIVIDAD ECONOMICA DE LOS RESTAURANTES MELGARENCES

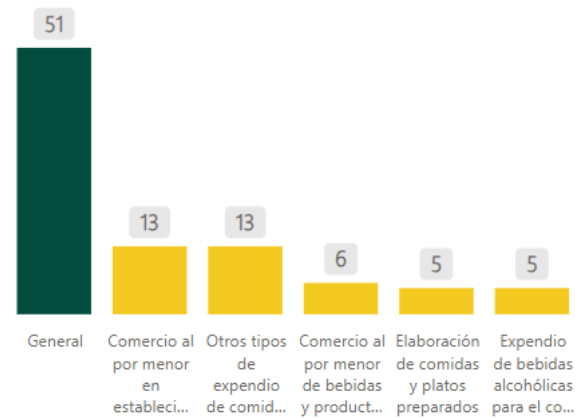


Ilustración 23 BASE DE DATOS DE LAS EMPRESAS

Fuente: Propia

El dashboard, dispuesto y elaborado a partir de la base de datos del RUES (Registro Único Empresarial y Social) permite descubrir elementos que enriquecen el contexto de la industria gastronómica. En primer lugar, el 92% del total de las empresas megarenses dedicadas al sector restaurantero están registradas como "Establecimiento de comercio", mientras que el 7% corresponde a una "Sociedad". Esto sugiere que la gran mayoría de las organizaciones en este sector carecen de una estructura empresarial profunda.

Seguido a ello, aparece un gráfico de barras titulado "Top 6 sectores económicos con más empresas en Melgar". Este gráfico busca mostrar los sectores más prominentes en términos de números empresariales. El sector restaurantero ocupa el tercer lugar con 105 empresas, lo que lo convierte en uno de los sectores económicos más importantes para la economía megarense.

El segundo gráfico de barras, titulado "Segunda actividad económica de los restaurantes de Melgar", revela las diversas formas en que los restaurantes generan ingresos adicionales. La categoría más común es "General", lo que indica que la mayoría de los restaurantes no tienen una segunda actividad económica y se dedican exclusivamente a la venta de comidas preparadas. Le sigue la categoría de "Comercio al por menor en el establecimiento", lo que sugiere que algunos restaurantes también venden productos secundarios. Este análisis indica que la mayoría de los restaurantes están especializados en su actividad principal.

Por último, se presenta la gráfica de líneas y la tabla denominada "Apertura histórica de restaurantes existentes 1991-2024", que proporciona una contextualización de cuántos restaurantes abrieron año tras año. Se observa una tendencia creciente en la apertura de

restaurantes a lo largo del tiempo, lo que sugiere un crecimiento continuo en la industria. Por ejemplo, en 2023 se abrieron 18 restaurantes, mientras que hace 10 años, en 2013, solo se abrieron 4. Esto indica un notable repunte en el sector en los últimos años.

## **11. ENTREVISTA A EMPRESARIOS**

Teniendo en cuenta el gran impacto del sector restaurantero del municipio de Melgar-Tolima, se decidió formular una entrevista a empresarios al azar para así conocer su perspectiva frente al comportamiento de este sector en la actualidad y en su establecimiento a lo que ellos respondieron:

1. Tras la encuesta realizada se llegó a la conclusión que el 45% de los restaurantes tienen unos activos superiores a los 31 SMLV (APROX 41MILLONES DE PESOS). ¿Cree usted que se necesite un capital considerable a la hora de hacer el montaje de un restaurante?

Se llegó a la concordancia en que los empresarios estaban de acuerdo con el resultado de la encuesta, pues ellos consideran que esta inversión es esencial para poder cubrir los gastos iniciales para así mantener las operaciones dentro del restaurante ya que con este capital se pueden afrontar diferentes costos necesarios para la apertura de este, como lo son de maquinaria, personal y materia prima.

2. Según los resultados de la encuesta, se halló que el 49% de los empresarios restauranteros no llevan contabilidad en sus organizaciones. ¿Por qué cree usted que se de este fenómeno teniendo en cuenta que esta industria tiene tantos factores y cuentas que deben tener seguimiento?

Los empresarios compartieron una opinión unánime respecto a esta pregunta. Consideran que la falta de contabilidad en una empresa se debe principalmente a la escasez de experiencia y formación académica en el ámbito contable. Argumentan que la mayoría de las personas que emprenden la aventura de abrir un restaurante carecen de experiencia y conocimientos sólidos en contabilidad.

3. Siendo usted dueño del su restaurante, ¿Contrataría un administrador o gerente que lleven las riendas de su negocio? Si o no. ¿Por qué?

Los empresarios, conscientes de la ausencia de un administrador designado para las funciones dentro de sus restaurantes, no descartaron la posibilidad de contratar a uno. Sin embargo, destacaron la importancia de que el candidato posea cualidades específicas, especialmente profesionalismo y confiabilidad. Para ellos, es fundamental que el administrador inspire total confianza, garantizando así tranquilidad y una respuesta excepcional ante esta contratación.

4. De 1 a 5, califique en cuanto se encuentra su empresa de acuerdo con maquinaria y software.

Al abordar esta pregunta, surgieron dos perspectivas diferentes. Por un lado, un empresario calificó su restaurante con un 5, destacando la presencia de maquinaria y software adecuados para satisfacer tanto las necesidades de los colaboradores como las de los clientes. Por otro lado, otro empresario otorgó una calificación de 4 a su restaurante. Aunque reconoció la presencia de implementos necesarios, expresó el deseo de mejorar aún más mediante la

adquisición de dispositivos y maquinaria de vanguardia para proporcionar un servicio excepcional y un entorno laboral óptimo.

5. Teniendo en cuenta el impacto de su establecimiento en el municipio, ¿Considera usted que este ha ayudado a la mejora de la comunidad, aportando empleo, trabajo mutuo con proveedores y una responsabilidad social efectiva?

Los empresarios estuvieron de acuerdo en que, al abordar esta pregunta, es esencial proporcionar empleo y establecer relaciones positivas con los proveedores. Sin embargo, destacaron que, para ellos, la prioridad radica en trabajar con personas locales. Argumentaron que esta práctica no solo impulsa la economía local, sino que también genera beneficios para todos los sectores presentes en el municipio.

6. Teniendo en cuenta su método de trabajo, ¿Cuál considera que es el factor que es un desafío para su empresa? (Coordinación con proveedores, trato con colaboradores, atención al cliente)

Para darle respuesta a esta pregunta hubo 2 factores importantes que comunicaron los empresarios: Primero, la alta rotación del talento humano, pues esto hace que para la organización no se logre tener el personal fijo y se tengan que realizar capacitaciones constantes. Segundo, la atracción de clientes provenientes de la capital, pues actualmente se cuentan con varios arreglos en la vía que hacen a Melgar poco llamativo para estas personas.

7. Según el comportamiento de su establecimiento en el mercado, ¿Cómo considera usted que ha evolucionado su restaurante desde su apertura inicial en

términos de oferta gastronómica, experiencia del cliente y posicionamiento en el mercado?

Los empresarios señalan que, gracias al sólido desempeño de sus restaurantes en el mercado, han experimentado un crecimiento constante en sus organizaciones. Han logrado adquirir maquinaria de primera calidad, contar con un equipo de personal capacitado y asegurar un suministro estable de materia prima para sus establecimientos. Sin embargo, también aclaran que este éxito no garantiza ventas positivas de forma continua. Enfatizan que, dado que Melgar es un destino turístico, la actividad económica tiende a fluctuar según las temporadas y ocasiones especiales.

8. De acuerdo con su conocimiento del Mercado, ¿qué haría usted en su restaurante que le genere un cambio absoluto en condiciones pueden ser locativas, producto, calidad, para que el negocio supere las expectativas y sus ventas?

Como respuesta a esta pregunta, los empresarios coincidieron que un aspecto clave para poder sobresalir con los demás restaurantes sería poder implementar estrategias de marketing que impacten las redes sociales y así lograr ser más vistos por todas las personas que visiten esta localidad.

## **12. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Gracias a los resultados obtenidos en todos los procesos de recolección de datos se pudo dar respuesta a los siguientes objetivos específicos:

### **12.1 IDENTIFICACIÓN SOCIAL Y FORMATIVA DE LOS GERENTES Y/O PROPIETARIOS DE LOS RESTAURANTES LOCALIZADOS EN EL MUNICIPIO DE MELGAR-TOLIMA.**

#### **Vivienda**

Con relación a las encuestas, se han puesto de manifiesto diversos aspectos sociales que reflejan las características actuales de los propietarios de estos establecimientos. En primer lugar, se destacan los aspectos socioeconómicos, los cuales arrojan luz sobre elementos fundamentales para el desarrollo personal de estos empresarios, de esta manera se refleja el impacto que tienen los hombres al crear este tipo de establecimientos tomando el 71% frente a las mujeres, por otro lado se presenta un gran impacto en el nivel educativo, pues aproximadamente el 86% de las personas encuestadas han logrado obtener títulos que pueden ayudar con el desarrollo de estos establecimientos, por otro lado se produce una diversidad alta en los estratos socioeconómicos de estas personas, pues estos suelen ser muy variables. También se destaca la gran cantidad de personas que poseen vivienda propia, ya que gracias a esto ocupan un 76% sobre la población, esto ayuda a mantener una estabilidad en su economía para el futuro.

Por otro lado, se evidencia cómo han gestionado y desarrollado sus empresas hasta la fecha, considerando la generación de empleo local, la antigüedad, la evolución y la adquisición de activos a lo largo del tiempo.

## **12.2 ESTABLECER EL NIVEL COMPETITIVO DEL SUBSECTOR RESTAURANTE DEL MUNICIPIO DE MELGAR CON BASE EN LA ESTRUCTURA TECNOLÓGICA Y LOGÍSTICA.**

Se ha aclarado, a partir de diversas fuentes de recolección de datos, que la mayoría de los establecimientos disponen de maquinaria óptima. Esto sugiere que para estos empresarios es crucial contar con equipos de alta calidad para ofrecer un servicio óptimo y garantizar una logística adecuada en cuanto a la prestación del servicio que estos establecimientos ofrecen como a la organización interna para que así contribuya al desarrollo empresarial y una atención al cliente de excelencia con el fin de lograr un desarrollo económico y poder generar empleo de manera efectiva.

## **12.3 PROPONER PROCESOS DE CAPACITACIÓN EN TEMAS ADMINISTRATIVOS CON EL FIN DE MEJORAR SU DESEMPEÑO PROFESIONAL.**

Tomando en cuenta las demandas y desafíos que enfrentan los empresarios en el entorno empresarial actual, se destaca la importancia crucial de las capacitaciones como una herramienta invaluable para potenciar sus habilidades y conocimientos. En este sentido, se evidencia un impacto significativo que estas capacitaciones podrían tener en la mejora del rendimiento y la eficiencia de las empresas.

Las capacitaciones ofrecen una oportunidad única para adquirir un conocimiento profundo y actualizado en áreas fundamentales para el éxito empresarial, tales como

contabilidad, mercadeo, administración y gestión de proyectos. Al dotar a los empresarios con habilidades y competencias sólidas en estas áreas clave, se fortalece su capacidad para tomar decisiones informadas y estratégicas que impulsen el crecimiento sostenible de sus organizaciones.

De esta manera se es necesario acudir a entidades públicas como lo son la Alcaldía y Cámara de comercio para lograr adquirir capacitaciones que brinden un mejoramiento continuo en estos establecimientos, como pueden ser capacitaciones en contabilidad y administración de recursos, atención al cliente y hasta exigir capacitaciones continuas con relación a la manipulación de alimentos y todo lo que converge el mantenimiento de estos establecimientos.

### **Cursos Complementarios del SENA en Melgar: Una Oportunidad de Capacitación Gratuita**

El SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje) en Melgar ofrece una amplia gama de cursos complementarios de 40 horas, tanto de manera presencial como virtual, dirigidos a quienes buscan mejorar sus habilidades y conocimientos. Estos cursos son completamente gratuitos además están disponibles en las diferentes sedes del SENA en Melgar.

Uno de los cursos más destacados es el de Contabilidad, que proporciona a los participantes las herramientas y conocimientos esenciales para gestionar las finanzas de manera efectiva. Este curso es solo un ejemplo de los recursos educativos que el SENA ofrece sin costo alguno, permitiendo a los interesados acceder a formación de calidad



**COLOMBIA**  
**CONSEJO**  
**VIDA**

**SENA**

**CONTABILIDAD RECONOCIMIENTO DE RECURSOS FINANCIEROS**

**FECHA DE INICIO 18 DE MARZO DE 2024**

**Requisitos:** Ser mayor de 14 años con documento de identidad, tener correo electrónico, redes sociales (WhatsApp) e internet.

Por favor entregar información y documentos para inscripción en la Escuela Gastronómica y Turística Km 3 vía Carmen de Apicalá.

Envía ya foto o escáner de tu documento de identidad al 150 %, fotocopia diploma de bachiller y certificado de afiliación a EPS.

**Horario de la formación:** Lunes a viernes de 7:00 a.m. - 12:00 m.

**Duración:** 48 Horas

**MAYORES INFORMES AL:** 3023109396

**CORREO:** gleona@sena.edu.co

















**Centro de Comercio y Servicios**

**SENA Tolima** **SENA\_Tolima**



El **SENA** ES **GRATIS**





Además de los cursos presenciales, el SENA ofrece una variedad de cursos complementarios virtuales que brindan una gran flexibilidad. Estos cursos permiten a los participantes aprender a su propio ritmo, con la única condición de completar las actividades prácticas a tiempo, su portafolio es más amplio.


## Contabilidad

Contabilidad en las organizaciones	 	 
Contabilidad: reconocimiento de recursos financieros	 	 
Cuentas contables	 	 
Elaboración del presupuesto para el manejo de las finanzas personales	 	 


## Administración

Planeación para procesos administrativos    

Reclutamiento de talento humano mediante redes sociales    

Servicio al cliente    

## Marketing

Apropiación de requerimientos logísticos en el e-commerce    




Caracterización de audiencia para campañas digitales    

Códigos QR como estrategia de ventas    

Desarrollo de nuevas estrategias comerciales    

Desarrollo de un modelo de planeación estratégica de negocios electrónicos    

El proceso de la venta    

Enfoque y tendencias de los negocios electrónicos    

Dado lo anterior, el SENA se presenta como una excelente opción para aquellos empresarios que desean ampliar sus conocimientos de manera eficaz, sin costo alguno y con titulación oficial.

### **Beneficios de los Cursos del SENA:**

**Gratuitos:** Formación sin costo alguno.

**Flexibles:** Opciones presenciales y virtuales que se adaptan a diferentes horarios y necesidades.

**Diversos:** Cursos en una amplia gama de áreas empresariales.

**Certificados:** Titulación oficial que respalda el aprendizaje adquirido.

## **Universidad de Cundinamarca**

Teniendo en cuenta la gran influencia que ofrece una educación de alta calidad, la Universidad de Cundinamarca se destaca por ofrecer acompañamientos agregando cursos complementarios que enriquecen la formación profesional de los empresarios. Estos programas están diseñados para quienes desean desarrollar además de fortalecer sus habilidades en áreas cruciales como la administración, la contabilidad y el marketing.

Los cursos de administración están orientados a proporcionar herramientas logrando conocimientos que permitan a los empresarios gestionar eficientemente sus organizaciones, tomar decisiones estratégicas y liderar equipos de trabajo de manera efectiva. En contabilidad, se enfocan en capacitar a los participantes en el manejo de las finanzas empresariales, la interpretación de estados financieros complementando la implementación de prácticas contables que aseguren la transparencia como la sostenibilidad económica de sus negocios.

Por otro lado, los cursos de marketing están diseñados para ayudar a los empresarios a entender mejor el mercado, desarrollar estrategias de promoción efectivas, gestionar la imagen de la empresa y aumentar la competitividad a través del uso de técnicas de marketing digital y tradicional.

La Universidad de Cundinamarca, comprometida con la excelencia académica y el desarrollo empresarial, asegura que estos programas no solo transmitan conocimientos teóricos, sino también habilidades prácticas y aplicables en el entorno real de los negocios. Además, ofrecen un entorno de aprendizaje colaborativo donde los participantes pueden compartir

experiencias y construir redes de contacto que potencien su crecimiento profesional y empresarial

**UDEC**  
UNIVERSIDAD DE  
CUNDINAMARCA

**JSU** Dirección Interacción  
Social Universitaria

**Curso**  
Análisis e  
integración de  
datos con Excel  
y Power BI

**COSTO:**  
Comunidad universitaria:  
**\$70.000**  
Comunidad externa:  
**\$100.000**

- Modalidad: **Virtual**
- Intensidad horaria: **48 horas**
- Fecha límite de inscripción: **10 de mayo de 2024**
- Fecha de inicio: **20 de mayo de 2024**

Cantidad esperada de asistentes: 80

**Más información:**

**Información:**  
gestorisu2@ucundinamarca.edu.co

www.ucundinamarca.edu.co • Vigilado Mineducación

*Ilustración 24 Cursos Universidad de Cundinamarca.*

Excel es una gran herramienta para las tareas administrativas, por otro lado, Power Bi realiza analítica de datos, sin embargo, la Universidad implementa diversos cursos que aportan a las administración, contabilidad y marketing. El curso presentado anteriormente es un ejemplo ofertado por la Universidad de Cundinamarca.

### **Beneficios de los Cursos y capacitaciones Universidad de Cundinamarca**

**Gratuitos:** Formación sin costo alguno.

**Acreditación:** La universidad cuenta con los mejores profesionales regionales.

**Empresarios exponentes:** En estos eventos los exponentes de ponencias y cursos generalmente son personas con recorrido,

### **Cámara de Comercio del Sur y Oriente del Tolima**

La Cámara de Comercio de Melgar, ofrece una valiosa oportunidad para empresarios y emprendedores a través de sus cursos, diplomados además de otros recursos de capacitación. Estos programas son gratuitos, siempre y cuando los interesados estén inscritos en la Cámara o tengan su organización en regla.

**PRESENCIAL**  
EDUCACIÓN SOLIDARIA  
120 Horas académicas

**Diplomado**  
**GERENCIA ESTRATÉGICA  
Y DESARROLLO HUMANO**

Aplica un enfoque más completo y efectivo para la gerencia del talento humano y el liderazgo en las organizaciones, contribuyendo así al éxito y la sostenibilidad de la misma."

**Inicio:**  
**sábado, 01 junio**  
7:30 a 9:30 a.m.

Centro de Eventos, Cámara de Comercio  
(Cra. 3 Cl. 21 B/ Belén, El Espinal - Tolima)

**DIRECTOR DEL DIPLOMADO**  
Internacionalista / Periodista  
**Gerney Ríos González**

**Certificado**

Área Desarrollo Empresarial  
320 852 1123

**Cámara de Comercio**  
del Sur y Oriente del Tolima  
Por las Regiones Espinal y Cometa

Se cita un ejemplo, generalmente son capacitaciones con lugar en el Espinal y Melgar, lo que es totalmente provechoso para los empresarios locales.

**Beneficios de los Cursos y capacitaciones Camara de Comercio del sur y oriente del Tolima**

**Gratuitos:** Siempre y cuando se encuentre registrado la persona

**Acreditación:** El personal es totalmente cualificado

**Titulado:** Generalmente son certificados estos procesos

## **Marketing y Finanzas**

Marketing y Finanzas, una empresa de consultoría con aproximadamente 10 años de experiencia, se dedica a ofrecer herramientas como recursos que facilitan la adquisición de habilidades en diversas áreas clave, como marketing, finanzas y asimismo modelos de negocio. Estos servicios están diseñados para promover el desarrollo económico de la comunidad, ayudando a las empresas a aumentar sus ingresos y con ello atraer a más clientes.

En el ámbito del marketing, Marketing y Finanzas enseña técnicas avanzadas de promoción, análisis de mercado, estrategias de posicionamiento, que permiten a las empresas mejorar su visibilidad para alcanzar a su público objetivo de manera efectiva. En cuanto a finanzas, la empresa proporciona conocimientos sobre gestión financiera, planificación presupuestaria y análisis de estados financieros, asegurando que los empresarios puedan tomar decisiones informadas. Además, en los modelos de negocio, asesoran en la creación y optimización de estructuras empresariales innovadoras, adaptadas a las necesidades del mercado actual.

Cada uno de estos servicios de capacitación y asesoramiento tiene un costo de \$450,000, el cual está diseñado para impactar a grupos de aproximadamente 30 personas. Este enfoque

grupales permite un aprendizaje colaborativo, donde los participantes pueden compartir experiencias y desafíos, enriqueciendo aún más el proceso de aprendizaje.

Marketing y Finanzas no solo se enfoca en impartir conocimientos teóricos, sino también en proporcionar estrategias prácticas que los empresarios pueden aplicar directamente en sus negocios para mejorar su desempeño y competitividad en el mercado. La empresa se compromete a ofrecer un apoyo integral, asegurando que cada empresario tenga las herramientas necesarias para alcanzar el éxito y contribuir al crecimiento económico de su comunidad.

### **Beneficios de los Cursos y capacitaciones Marketing y Finanzas**

**Costo moderado:** Su costo puede ser de 10k por persona en adelante, hablando de capacitaciones para 30 – 40 empresarios

**Acreditación:** Es una organización especializada en estos temas con trayectoria en el mercado

**Asesoría personalizada:** Puede agendarse capacitaciones, asesorías totalmente personalizadas a cada organización, su tarifa es módica teniendo en cuenta su valor por hora.

**Entretida, dinámica y práctica:** Su modo de presentar la información es fluida y llena de dinámicas que logran un proceso diferente y eficaz.

### **13. CONCLUSIONES**

- Tras realizar la encuesta se evidencia que el 100% de los encuestados están dispuestos a recibir capacitaciones en los diferentes campos de la gestión empresarial.
- Se evidencia que el servicio de los restaurantes está ligado a la atención personalizada, ya que pueden llegar a ofrecer un servicio de calidad de acuerdo con el flujo de clientes que presenten.
- Tras las entrevistas realizadas a empresarios se evidencia que se requiere en los establecimientos estrategias de marketing que ayuden a llamar la atención de los clientes por medio de las redes sociales y la voz a voz.
- Se evidencia a través de las entrevistas que la mayoría de los restaurantes no cuenta con una contabilidad óptima, esto se produce tras la falta de capacitación y conocimiento en esta área.

- Teniendo en cuenta las entrevistas, se es necesario contar con profesionales de confianza que puedan ser contratados en el área administrativa.
- También se es necesario que las economías trabajen en conjunto para lograr un desarrollo sostenible local.

#### **14.RECOMENDACIONES**

Para ayudar a fomentar un cambio en estas empresas es necesario impulsar la realización de las siguientes recomendaciones:

1. Fomentar la capacitación continua a empresarios y sus colaboradores en temas de contabilidad, servicio al cliente marketing digital gastronomía, manipulación de alimentos con ayuda de entidades que estén puestas a la ayuda de las empresas, tales como la Alcaldía municipal y la Cámara de Comercio, con esto, se busca mejorar la calidad del servicio de estos establecimientos y fortalecer la competitividad entre ellos.

2. Solicitar asesoramiento constante en cuando al manejo de la contabilidad y manejo de finanzas en los establecimientos, ya que con la ayuda de esto se puede lograr una estabilidad en los establecimientos y fomentar un crecimiento constante de estos.

3. Incentivar a los dueños y propietarios de restaurantes a la actualización en su servicio, es decir, fomentar el uso de herramientas tecnológicas y maquinaria actualizadas con el fin de brindar un servicio de alta calidad para así ver su establecimiento cada vez más atractivo para los clientes.

4. Fomentar el uso y buen manejo de redes sociales que ayuden a la alta visualización del establecimiento con el fin de aumentar las visitas y ventas por parte de los clientes que consumen estas plataformas digitales.

5. Incentivar a propietarios de restaurantes a realizar contratación de personal capacitado como administradores y contadores con el fin de que estos garanticen un excelente crecimiento económico del establecimiento teniendo en cuenta el buen manejo y reconocimiento que se le podría brindar tras estos servicios.

Con estas recomendaciones, se busca mejorar la industria restaurantera con el fin de fortalecer este sector y así contribuir con el desarrollo económico de la región.

## 15. BIBLIOGRAFIA

Benavides Pava, D. (2019). *Estudio socioeconómico para el subsector turístico del municipio de Girardot en el marco del proyecto: “integración turística digital de Girardot”*. Fusagasugá.

CHAGOYA, MARÍA DEL CARMEN GÓMEZ. (s.f). *METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/69957/secme-2549\_4.pdf

Crece Negocios. (2023). *Crece Negocios*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/empresa/>

Javier Martínez Argudo. (s.f.). *ECONOSUBLIME*. Obtenido de <https://www.econosublime.com/2017/11/funciones-empresa-importancia-emprendedores.html>

Lozano Rodríguez, P. A. (2017). *Inventario Turístico del Municipio de Melgar Tolima 2016*. Obtenido de <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/handle/20.500.12558/430>

Método Ambiental Consultores. (2018). *Método Ambiental*. Obtenido de <https://metodoambiental.com/caracterizacion-socioeconomica-de-un-territorio/>

*Mintic*. (2023). Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/prensa/foto-noticias/microempresas-fortalecen-el-tejido-empresarial#:~:text=Colombia%20registr%C3%B3%201.854.086%20empresas,Industria%20y%20Turismo%20con%20base>

ROMINA LEIVA RAMIREZ, ANDREA NATALIA RÍOS RAMÍREZ . (2018). *ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO Y DEMOGRÁFICO DE LOS ESTUDIANTES*. Mendoza, Argentina: Universidad Nacional del Cuyo.

## 16. ANEXOS

### ANEXO A: RECURSOS REQUERIDOS

#### RECURSO HUMANO

- Responsables de la investigación
- Director de trabajo de investigación

### RECURSOS INSTITUCIONALES

- Biblioteca
- Repositorio
- Caracterizaciones o trabajos encaminados en el mismo objetivo

### MATERIALES PARA LA INVESTIGACIÓN

- Dos computadores
- Una Tablet
- Fotocopias

### RECURSOS INFORMÁTICOS

- Excel
- Power Bi
- Microsoft Word
- Microsoft Power Point
- Microsoft Forms

### RECURSOS FINANCIEROS

El costo del presente trabajo de investigación es:

<b>RECURSOS FINANCIEROS</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>TOTAL</b>
SERVICIO DE INTERNET Y DATOS	\$ 100.000
PAPEL PARA IMPRIMIR	\$ 40.000
GASTOS DE MOVILIDAD	\$ 200.000
OTROS	\$ 120.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 460.000</b>

*Ilustración 25 Recursos Financieros*

**Fuente:** Elaboración Propia

**ANEXO A: BASE DE DATOS RUES**

**ANEXO B: ENCUESTA**

**SECCION I**

1. ¿Cuál es su género?

Masculino

Femenino

Otros

2. ¿Cuál es su nivel de escolaridad?

Primaria

Bachillerato básico (hasta 9)

Bachillerato completo

Técnico

Tecnólogo

Profesional

3. ¿Cuál es su estrato socioeconómico?

1

2

3

4

5

6

4. ¿Cuál es su estado civil?

Casado

Soltero

Viudo/a

Divorciado/a

Unión libre

5. ¿Tiene hijos?

Si

No

6. ¿En caso de ser positiva la respuesta anterior, cuantos?

1

2

3

Más de 4

7. ¿Cuál es el uso principal de los ingresos?

Consumo

Educación

Recreación u ocio

Otros

8. ¿Cuenta con vivienda propia?

Si

No

## **SECCIÓN II EMPRESA**

9. Años de antigüedad de su empresa

1-2

2-5

5-10

11 en adelante

10. ¿Cuántos empleados posee?

1 empleado

2-5 empleados

5-10 empleados

10-50 empleados

51 en adelante empleados

11. ¿Su empresa lleva contabilidad?

Si

No

12. ¿Su empresa tiene gerente o administrador?

Si

No

13. ¿Su empresa tiene manual de funciones y procesos?

Si

No

14. El capital para el montaje de su empresa fue de origen:

Propio

Préstamo

Mixto (Propio y préstamo)

Apoyo estatal

15. Su empresa es:

Familiar

Sociedad

Individual

**SECCIÓN III PROPUESTAS**

16. ¿Estaría dispuesto a recibir capacitación?

Si

No

17. ¿Si su respuesta fue positiva en que aspectos la recibiría?

Administración

Proyectos

Mercadeo

Contabilidad

Todos los anteriores

18. Aproximadamente cual es el valor de los activos de su organización:

1-10 salarios mínimos

11-20 salarios mínimos

21-30 salarios mínimos

31 salarios mínimos en adelante

19. Esta usted en este momento apalancado financieramente

Si

No

## ANEXO C: VIDEOS DE ENTREVISTAS

### ANEXO B: PREGUNTAS BASE PARA ENTREVISTAS

1. Tras la encuesta realizada se llegó a la conclusión que el 45% de los restaurantes tienen unos activos superiores a los 31 SMLV (APROX 41MILLONES DE PESOS). ¿Cree usted que se necesite un capital considerable a la hora de hacer el montaje de un restaurante?
2. Según los resultados de la encuesta, se halló que el 49% de los empresarios restauranteros no llevan contabilidad en sus organizaciones. ¿Por qué cree usted que se de este fenómeno teniendo en cuenta que esta industria tiene tantos factores y cuentas que deben tener seguimiento?
3. Siendo usted dueño del su restaurante, ¿Contrataría un administrador o gerente que lleven las riendas de su negocio? Si o no. ¿Por qué?
4. De 1 a 5, califique en cuanto se encuentra su empresa de acuerdo con maquinaria y software.

5. Teniendo en cuenta el impacto de su establecimiento en el municipio, ¿Considera usted que este ha ayudado a la mejora de la comunidad, aportando empleo, trabajo mutuo con proveedores y una responsabilidad social efectiva?

6. Teniendo en cuenta su método de trabajo, ¿Cuál considera que es el factor que es un desafío para su empresa? (Coordinación con proveedores, trato con colaboradores, atención al cliente)

7. Según el comportamiento de su establecimiento en el mercado, ¿Cómo considera usted que ha evolucionado su restaurante desde su apertura inicial en términos de oferta gastronómica, experiencia del cliente y posicionamiento en el mercado?

8. De acuerdo con su conocimiento del Mercado, ¿qué haría usted en su restaurante que le genere un cambio absoluto en condiciones pueden ser locativas, producto, calidad, para que el negocio supere las expectativas y sus ventas?