

**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER  
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIONES**

**INFORME TÉCNICO  
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**CASO EMPRESARIAL ISA MAMA EMPANADA**

**GICSE**

**SEPTIEMBRE 2018  
BUCARAMANGA**

Informe Técnico del Proyecto de Investigación  
**CASO EMPRESARIAL ISA MAMA EMPANADA**  
Dirección de Investigaciones / Unidades Tecnológicas de Santander  
Avenida de los Estudiantes No. 9 - 82 / Ciudadela Real de Minas  
PBX 64130000 Telefax 6447777  
Bucaramanga - Colombia

TABLA DE CONTENIDO

## Contenido

IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO .....	4
RESUMEN EJECUTIVO .....	5
1. OBJETIVOS.....	5
2.1. Objetivo general.....	5
2.2. Objetivos específicos .....	6
2. DURACIÓN.....	6
3. ACTIVIDADES REALIZADAS.....	6
4. INDICADORES VERIFICACIÓN DE LOS RESULTADOS ... <b>¡Error! Marcador no definido.</b>	
5. MEDIOS DE DIFUSIÓN.....	12
6. CONCLUSIONES Y ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	12
7. REFERENCIAS.....	13

**IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

FICHA TÉCNICA PROYECTO CÓDIGO XXX			
Título	CASO EMPRESARIAL ISA MAMA EMPANADA		
Investigador principal	Alba Patricia Guzmán Duque PhD	Código	30.329.089
	Email	aguzman@correo.uts.edu.co	Celular
Datos del investigador		Código	
	Email		Celular
Datos del investigador		Código	
	Email		Celular
Datos del investigador		Código	
	Email		Celular
Grupo de investigación	GICSE		
Línea de Investigación	COMPETITIVIDAD Y CLIMA DE NEGOCIOS		
Lugar y fecha de ejecución	Bucaramanga, Santander, Colombia		
Duración	2 Meses		
Tipo de proyecto	Proyecto de Investigación: Creación de un banco de casos de las empresas de Santander		
Costo	59'460.000		
Palabras claves	Copropiedad Temporales Licencia		
Nombre de la Empresa	<b>ISA MAMA EMPANADA</b>		
Representante Legal.	Isabel Torres Rojas		
Cédula de ciudadanía o NIT	63.298.625		
Dirección completa	1 A No.16 AN – 04 María Paz		
Ciudad / Departamento	Lebrija/Santander		
Teléfonos / Fax / Celular	6403332		
Correo electrónico	isamamaempanada@gmail.com		
Los abajo firmantes confirman que todos los datos incluidos en la presente propuesta son correctos y verídicos, que no incumplen ninguna ley ni norma vigente. Declaran que corresponde a las Unidades Tecnológicas de Santander la titularidad de los derechos patrimoniales sobre los productos intelectuales y creaciones obtenidas como resultado del presente trabajo de grado, teniendo en cuenta que este trabajo de grado es considerado una obra por encargo. El estudiante ostentará los derechos morales como autor y tendrá el respectivo reconocimiento académico.			
Investigador 1	Investigador 2	Investigador 3	Investigador 4

## RESUMEN EJECUTIVO

Los Casos de Estudio es una modalidad de investigación, cuya intensión en este trabajo es presentar los aspectos claves de la empresa ISA MAMA EMPANADA, identificando las principales características del empresario y el comportamiento de la organización.

Además se busca exponer la realidad de la empresa y establecer qué papel juega en el mercado, considerando el análisis del sector donde se desempeña, mostrando el trabajo y dedicación del empresario quien describe la labor realizada para lograr los resultados actuales de su organización. Así mismo son estas experiencias las que permiten un aporte a la creación de historias del departamento de Santander, convirtiéndose en productos de investigación. Donde pequeños empresarios comparten sus experiencias y exponen como lograron poco a poco consolidar sus empresas, formando su proyecto de vida y contribuyendo al desarrollo social y económico de la región.

En este caso en particular, se pretende mostrar la oportunidad que dispone la organización para abrir otros puntos de atención en la ciudad de Bucaramanga y extenderse a su área metropolitana, necesidad que surge debido a la buena aceptación en el mercado y al crecimiento en sus ventas.

Específicamente se realiza un estudio a fondo para determinar su matriz DOFA, Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas, con el propósito de determinar la viabilidad de la empresa para expandirse a nuevos nichos de mercado, una vez analizado el sector y el comportamiento del mismo y después de realizar estudios de mercado, permitieron establecer posibles puntos de ventas estratégicos para asegurar una efectiva participación, conformes a las expectativas de su propietaria cuyo fin es seguir creciendo a nivel económico y social, así mismo contribuir a la generación de nuevos empleos.

## 1. OBJETIVOS

### 2.1. Objetivo general

Elaborar el caso empresarial “Organización ISA MAMA EMPANADA” a partir de variables históricas, de contexto, del empresario y de la empresa, con el propósito de lograr la caracterización de la organización en un contexto con sentido para la comunidad académica.

**2.2. Objetivos específicos**

- Describir los aspectos relacionados el empresario, la empresa, diferentes situaciones organizaciones, sus decisiones estratégicas que han propendido por su estabilidad en el tiempo.
- Analizar los aspectos relacionados con las diferentes situaciones problemáticas que se han afrontado y que son caracterizadas por los diferentes contextos propios al empresario y a la organización: social, económico, ambiental, político, cultural, entre otros.
- Compilar la información resultante de los diferentes aspectos abordados con el propósito de elaborar el caso empresarial de la organización ISA MAMA EMPANADA.
- Formular un diagnóstico organizacional que permita al empresario una visión general sobre la situación actual de su empresa

**2. DURACIÓN**

2 MESES

**3. ACTIVIDADES REALIZADAS.**

Objetivo 1	DESCRIPCION DE LA EMPRESA	Fecha: 2017
Actividades propuestas		Justificación de las actividades
1. DATOS DEL EMPRESARIO	<p>La Empresaria se describe como una persona fuerte y de constancia, pues expresa que a pesar de provenir de una familia muy humilde donde parecía que la esperanza de buenas oportunidades era cada vez más lejana, siempre se ha mostrado perseverante, aunque no niega que decidir independizarse le produjo algo de miedo, pero que afortunadamente su decisión apoyada por su familia ha sido la mejor y con resultados exitosos.</p> <p>Manifiesta que a pesar de que no es una mujer con estudios, debido a que sus padres quienes eran de escasos recursos, les era muy complicado cumplir con esta etapa, aún más cuando tenían tantos hijos. Dice la Señora Isabel que se acostumbraron a conformarse con poco, que desde niña apreció todo el esfuerzo que hacían sus padres para sacarlos adelante, que jamás exigieron nada; los hermanos mayores debían ayudar a ver de sus hermanos menores, la ropa de los mayores pasaba a los más pequeños, entre otras cosas más que vivió en su infancia, pero cuenta que aunque tuvieron mucha escasez, también había tiempo para soñar y divertirse, pues como habían tantos hermanos no necesitaban de salir a la calle para jugar y ser felices.</p>	

<p>2. NOMINACION</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Nombre del Empresario y/o propietario: Isabel Torres Rojas</li> <li><input type="checkbox"/> Cedula de Ciudadanía: 63.298.625 de Bucaramanga</li> <li><input type="checkbox"/> Edad: 55 años</li> <li><input type="checkbox"/> Estado civil: Unión Libre</li> <li><input type="checkbox"/> Estudios realizados: Primaria</li> <li><input type="checkbox"/> Familiares que tiene a cargo. Sus hijos ya están grandes, no tiene a nadie a cargo</li> <li><input type="checkbox"/> Lugar de nacimiento. Bucaramanga</li> <li><input type="checkbox"/> Datos de contacto:</li> <li><input type="checkbox"/> Teléfono fijo: 6403332</li> <li><input type="checkbox"/> Teléfono móvil: 318 6214401</li> <li><input type="checkbox"/> Correo electrónico: isamamaempanada@gmail.com</li> <li><input type="checkbox"/> Dirección: Carrera 1 A No.16 AN – 04 María Paz</li> </ul>
<p>3. ORIGEN DE LA EMPRESA</p>	<p>La Señora Isabel manifiesta que decidió ser empresaria, por una parte gracias al impulso originado de sus hijos que varias veces le decían que ya era hora de que tuvieran su propia empresa, que no era justo que con tanta experiencia y sabiendo hacer muy su trabajo siguiera dedicando su tiempo y conocimiento para los demás, que el ser empleada no le permitiría lograr las cosas que tanto quería y por otra parte la motivo el viaje que realizo a Estados Unidos en el año 2011 donde trabajo también en la elaboración de empanadas y cedió cuenta que no era necesario estar en otro país para cumplir sus sueños. Así que regreso a Colombia con todas las energías y las ganas de tener su propio negocio.</p> <p>Quizás considero que era muy difícil ser empresaria, siempre tuvo ganas de serlo, dice ella que a quien no le gustaría ser su propio jefe y esforzarse por algo propio, con resultados exitosos, que no lo intento antes por el miedo al fracaso, cuando sus hijos eran pequeños no podía arriesgarse a experimentar, ya que si no le funcionaba de que vivía la familia, además no contaban con los recursos económicos para hacerlo, su esposo con sueldo de zapatero no la podía ayudar y en ese entonces era muy difícil acceder a una deuda bancaria, así que creía que ser empleada y tener un sueldo fijo era lo mejor.</p> <p>Pero en el transcurso de los años y al ver que no estaba sola, que ya sus hijos crecieron y contaba con todo su apoyo decidió ser emprendedora, que aunque no es tarea fácil, es muy satisfactorio ver los frutos después de tanto esfuerzo y lo mejor ser parte de la realización en la vida de sus hijos.</p>

Objetivo 2	ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL	Fecha: 2017
Actividades propuestas		Justificación de las actividades
4. NOMINACION	<p>a. Nombre de la organización. Isa Mamá Empanada</p> <p>b. Imagen Corporativa de la Organización (condición mínima: Logotipo).</p> <p>c. NIT de la organización. 63.298.625-1</p> <p>d. Razón social de la organización. Isa Mama Empanada</p> <p>e. Direcciones de domicilio en las que ha estado la organización a través de los años. Cr 1 A No. 16 AN-04 María Paz – Boulevard Santander No. 22-92 San Francisco.</p> <p>f. Años de existencia de la empresa. 6 años</p> <p>g. Capital inicial utilizado para la creación de la organización. La empresa empezó con un capital inicial de un millón ochocientos mil pesos m/cte. (\$1.800.000).</p> <p>h. Capital actual de la organización. La empresa tiene un capital actual de veintisiete millones doscientos setenta mil pesos m/cte. (\$27.270.000).</p> <p>i. Número de empleados en los momentos de inicio de la organización. 2 Empleados:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Jefe de producción (Gerente)</li> <li><input type="checkbox"/> Auxiliar de producción</li> </ul> <p>j. Número actual de empleados. 7 Empleados:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Gerente (Jefe de Producción)</li> <li><input type="checkbox"/> Director Comercial</li> <li><input type="checkbox"/> Director Administrativo</li> <li><input type="checkbox"/> Vendedor de mostrador</li> <li><input type="checkbox"/> Auxiliar de producción 1</li> <li><input type="checkbox"/> Auxiliar de producción 2</li> </ul>	
5. HISTORIA DE LA ORGANIZACION	<p>ISA MAMA EMPANADA surge de la necesidad de independizarse y obtener mejores ingresos para mejorar la calidad de vida de la Señora Isabel y de su familia.</p> <p>Para el año 2011 emprende labores de fabricación y venta de empanadas crudas para cafeterías, tarea que desempeñaba junto a su hijo menor Omar y otra colaboradora. Inicialmente este proceso se realizaba en la sala de su casa donde improvisaron una sencilla pero cómoda área de trabajo, al ver que las ventas de sus productos se hacían cada vez más grandes, decidieron legalizar su empresa y abrir un punto de venta directa.</p> <p>Al ver que las cosas funcionaban muy bien su hija Lina la mayor, decidió retirarse de AME empresa donde trabajo por 5 años y unirse a su madre y hermano, realizaron la gestión para conseguir préstamos y junto a sus ahorros, consolidaron su empresa, la que hoy se conoce como ISA MAMA EMPANADA.</p>	

<p>6. DESARROLLO DE LA ORGANIZACION</p>	<p>Describir cada una de las etapas de desarrollo de la organización desde su conformación hasta su existencia hoy día, acorde a los siguientes ítems: contexto social, económico, político y cultural en cada etapa de desarrollo, caracterización de las crisis afrontadas, caracterización de los aciertos, fechas y datos específicos a cada etapa de desarrollo a partir de la evolución y/o comportamiento de los siguientes aspectos: empleados, sueldos pagados, ingresos recibidos, activos fijos, productos y/o servicios, lecciones aprendidas (reflexiones).</p>
---	--

Objetivo 3	ELABORACION DEL CASO EMPRESARIAL	Fecha: 2017
Actividades propuestas		Justificación de las actividades
<p>7. CONEXTO ORGANIZACIONAL</p>	<p>Esta variable hace referencia a los aspectos relacionados con las diferentes situaciones problemáticas que se han afrontado y que son caracterizadas por los diferentes contextos propios al empresario y a la organización: social, económico, ambiental, político, cultural, entre otros.</p> <p>Contexto social. La empresaria Isabel Torres, comenta en la entrevista que la formación de la empresa inicio desde el año 2011 con la fabricación y venta de empanadas crudas a cafeterías, pero que en el año 2005 decidió legalizar su empresa y ajustarse a lo que demanda las normas para la creación de empresas, una vez asumiendo esta situación abre un punto de venta directa de sus productos.</p> <p>Manifiesta que desde el inicio ha venido trabajando fuertemente con la cooperación de sus hijos, expresa que la labor que desempeña su empresa requiere de mucha dedicación y compromiso, y que afortunadamente todo el esfuerzo se ve reflejado en óptimos resultados de sus ventas.</p> <p>Esta empresa Pymes contribuye al desarrollo social de la región ya que fomenta el trabajo, empleando a personas residentes de la ciudad de Bucaramanga.</p> <p>Contexto económico La evolución en la organización se ha dado gracias al precio de venta de sus productos que desde su inicio hasta hoy se sigue manteniendo en mil pesos m/cte (\$1.000) lo cual ha permitido que las ventas aumenten progresivamente.</p> <p>Para el desarrollo de la razón social de la empresa no requiere de mayor inversión, se deben realizar compras diarias de insumos para la preparación de los productos que una vez vendidos se recogen las ganancias diarias, pues su venta se hace de contado.</p> <p>Al realizar el proceso de compra de insumos, se da un impulso al crecimiento económico de la región, entre mayores sean las ventas, los proveedores también incrementan sus ventas</p>	

Objetivo 4	DIAGNOSTICO	Fecha: 2017
Actividades propuestas		Justificación de las actividades
8. MARCO TEORICO	<p>Contexto organizacional Según la Norma ISO9001:2015, este se define como el entorno empresarial, también es la combinación de factores internos y externos, y de condiciones que pueden afectar en el enfoque de una organización a sus productos, servicios, inversiones y partes interesadas.<sup>10</sup></p> <p>Con base a lo anterior se pueden contemplar los siguientes factores internos y externos:</p> <p>Factores internos. <input type="checkbox"/> Cultura Organizacional: Empresa familiar que fomenta el buen trato y la generación de un buen ambiente laboral. <input type="checkbox"/> Productos: Comidas rápidas (empanadas, buñuelos, panes de yuca, avena y comercialización de gaseosas).</p> <p><input type="checkbox"/> Estructura Organizativa: su estructura es lineal.</p> <p><input type="checkbox"/> Roles y Responsabilidades: su responsabilidad recae siempre en ofrecer productos de buena calidad que brinden bienestar a los consumidores. <input type="checkbox"/> Políticas y objetivos: Seriedad y cumplimiento en la entrega de los productos, buen manejo de los insumos que garantice la calidad del producto final y así poder cumplir con el mayor objetivo; la satisfacción de los clientes. En base a lo anterior considero adecuado realizar un análisis a fondo, implementando la matriz DOFA.</p> <p>El análisis DOFA se utiliza principalmente por la alta dirección y sus directivos, el análisis se centra en la identificación de los factores internos y externos que podrían afectar el comportamiento futuro de cualquier negocio.</p> <p>Los cuatro factores mencionados en un análisis FODA tienen como objetivo, evaluar el equilibrio entre los recursos y las capacidades internas de la organización y las oportunidades y amenazas internas</p>	
9. MARCO CONCEPTUAL	<p>Comidas rápidas<sup>30</sup>: es un estilo de alimentación donde el alimento se prepara y sirve para consumir rápidamente en establecimientos especializados (generalmente callejeros o a pie de calle). Fabricación<sup>31</sup>: Confección o elaboración de un producto a partir de la combinación de sus componentes, especialmente en serie y por medios mecánicos. Preparación<sup>32</sup>: es aquello que se hace antes de disponer de algo, es decir, lo que se deja listo para su uso posiblemente inmediato o prolongado, todo dependerá de la situación. Almacenamiento<sup>33</sup>: Son aquellos lugares donde se guardan los diferentes tipos de mercancía. Son manejados a través de una política de inventario. Esta función controla físicamente y mantiene todos los artículos inventariados. Al elaborar la estrategia de almacenamiento se deben definir de manera coordinada el sistema de gestión del almacén y el modelo de almacenamiento. Calidad<sup>34</sup>: es aquella cualidad de las cosas que son de excelente creación, fabricación o procedencia, Calidad describe lo que es bueno, por definición, todo lo que es de calidad supone un buen desempeño. Mercado<sup>35</sup>: es el lugar destinado por la sociedad en el que vendedores y compradores se reúnen para tener una relación comercial, para esto, se requiere un bien o servicio que comercializar, un pago hecho en dinero y el interés para realizar la transacción. Nichos de mercado<sup>36</sup>: Un nicho de mercado es un término de mercadotecnia utilizado para referirse a una porción de un segmento de mercado en la que los individuos poseen características y necesidades homogéneas, y estas últimas no están del todo cubiertas por la oferta general del mercado. Competencia<sup>37</sup>: son las capacidades con diferentes conocimientos, habilidades, pensamientos, carácter y</p>	

	<p>valores de manera integral en las diferentes interacciones que tienen los seres humanos para la vida en el ámbito personal, social y laboral. Cliente38: es aquella persona que a cambio de un pago recibe servicios de alguien que se los presta por ese concepto. Producto39: Es aquello que toda empresa (grande, mediana o pequeña), organización (ya sea lucrativa o no) o emprendedor individual ofrece a su mercado meta con la finalidad de lograr los objetivos que persigue (utilidades, impacto social etc). Insumos40: es un concepto económico que permite nombrar a un bien que se emplea en la producción de otros bienes. Proveedores41: Es la persona que surte a otras empresas con existencias necesarias para el desarrollo de la actividad.</p>
<p>10. MARCO LEGAL</p>	<p>Legislación sanitaria Decreto 3075 de 1997.          Por la cual se reglamenta parcialmente la ley 9 de 1979 y se dictan otras disposiciones. La salud es un bien de interés público, regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por consumo de alimentos, y se aplicaran:          a. A todas la fábricas y establecimientos que se procesan los alimentos, los equipos y utensilios y el personal manipulador de alimentos. b. A todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte y comercialización de alimentos en territorio nacional. c. A los alimentos y materia primas para alimentos que se fabriquen, envasen, expendan, exporten o importen, para el consumo humano. d. A las actividades de vigilancia y control que ejerzan las autoridades sanitarias sobre la fabricación, procesamiento, envase, almacenamiento, transporte, sobre alimentos y materia primas para alimentos. Ley 9 de 1979          Código Sanitario Nacional por cuanto dicta medidas sobre las condiciones sanitarias básicas para la protección en el medio ambiente, suministro de agua, saneamiento de edificaciones, alimentos, droga, medicamentos, cosméticos, vigilancia y control epidemiológico, prevención y control de desastres, derechos de los habitantes respecto a la salud. Resolución 5109 de 2005          Reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado para alimentos envasados y materia primas de alimentos para consumo humano, expedido por el Ministerio de Protección Social y publicado en el Diario Oficial 46150 de enero 13 de 2006. Decreto 1575 de 2007 El objeto del presente decreto es establecer el sistema para la protección y control de la calidad del agua, con el fin de monitorear, prevenir y controlar los riesgos para la salud humana causados por su consumo, exceptuando el agua envasada. Aplica a todas las personas prestadoras que suministren o distribuyan agua para consumo humano, ya sea cruda o tratada, en todo el territorio nacional, independientemente del uso que de ella se haga para otras actividades económicas, a las direcciones territoriales de salud, autoridades ambientales y sanitarias y a los usuarios. Resolución 765 de 2010: Deroga a Res.1090 de 1998 y 127 del 2001. Artículo Primero.- Objeto. La presente resolución tiene por objeto regular el proceso de capacitación para manipulación de alimentos dirigida1. Las personas Naturales y Jurídicas – establecimientos destinados al almacenamiento, distribución, preparación y/o expendio de alimentos y de transporte de éstos, en los que se deberá ofrecer al personal manipulador el curso de manejo higiénico de alimentos con intensidad mínima de seis (6) horas, desde el momento de su contratación. Parágrafo: Las fábricas de Alimentos deberán regirse a lo estipulado en la Ley 1122 de 2007 en la que se establecen las competencias del INVIMA.</p>

#### **4. MEDIOS DE DIFUSIÓN**

Repositorio Institucional  
Blog Institucional  
Capítulo del libro

#### **5. CONCLUSIONES Y ANÁLISIS DE RESULTADOS**

Una vez concluido mi proyecto de investigación, logre apreciar como todos los conocimientos adquiridos durante el periodo de estudios de mi carrera, me sirvieron para entender situaciones en el ámbito empresarial y de qué manera se pueden aplicar la teoría en el momento de la práctica.

Doy por terminado este proceso de investigación, reconociendo que recordé y comprendí la importancia de la preparación profesional, que además me brindo las herramientas para entender posiciones reales en el sector empresarial y que sin duda me genera la enorme sensación de querer Se podría proponer proyectos, a mediano o largo plazo, donde se abran nuevos puntos de ventas no solo en Bucaramanga, sino también en su área metropolitana, aprovechando la cercanía a los municipios de Girón, Floridablanca y Piedecuesta, que sin duda serian sitios que representaría buena plaza de mercado, debido a su desarrollo que viene presentando últimamente, esto con el fin de que su reconocimiento sea mayor y crezca positivamente, social y económicamente. Considero muy importante que se refuerce el área comercial de la empresa, es necesario que se almacene una base de datos de clientes y que no se conformen solo con los clientes que llegan al negocio o busquen de la empresa, pues aun cuando se reconoce que tiene gran aceptación en el mercado, no es de sobra querer adquirir nuevos clientes, al aumento en las ventas jamás está de más.

Una vez que la organización se abra a nuevos nichos de mercado sería conveniente reubicar la fábrica a un lugar donde cuente con más espacio, de fácil aseso, de acuerdo a lo reglamentado y donde se puedan conseguir unos costos de administración moderados, pues a mayor volumen de ventas, su producción aumentaría automáticamente, por ello el personal también, lo que necesita de espacio y de nueva instrumentación.

No está de más la recomendación que serviría para cualquier empresa, es la de realizar rubros y destinaciones de dinero en pro de ahorro para la capitalización de la organización y poder llegar a contar con un inmueble propio para desempeñar las funciones de la misma, lo cual garantiza la estabilidad, pues en cualquier momento se pueden presentar inconvenientes que generen el desplazamiento de los puntos de venta , lo que conllevaría a la pérdida de clientes que no deseen o puedan acceder al nuevo sitio, además evitaría el gasto de canon de arrendamiento, que cada vez se hacen más costosos. emprender mi propio plan de negocios y ser una futura empresaria con mucho éxito

## 6. REFERENCIAS

- .Alcaldía Bogotá, Gaviria (2013). Recuperado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=22641>
- Alcaldía Bogotá, (2013). Recuperado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=38169>
- Araque (2017). Recuperado de <http://nuevagerencia.com/contexto-de-la-organizacion-segun-la-proxima-iso90012015/>
- Cámara de Comercio Bucaramanga (2014). Recuperado de <http://www.compite360.com/temas/documentos%20pdf/indicadores/2014/indabr2014.pdf>
- Cámara de Comercio de Bucaramanga (2017). Recuperado de <https://www.camaradirecta.com/temas/indicadoresantander/>
- Casos Empresariales Colombianos de la Institución Universitaria CEIPA.
- Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible-CECODES. (2011). Sostenibilidad en Colombia.Casos Empresariales.
- Dinero-Industria (2016). Recuperado de <http://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/el-negocio-de-la-comida-rapida-en-colombia/240022>
- EASTON, J. Learning from Case Studies. Gran Bretaña: Prince Hall. 1992.
- El Departamento de Ingeniería de Sistemas y Computación de la Universidad de los Andes.
- El Grupo de Investigación en Gestión y Estrategia Empresarial de la Universidad Tecnológica de Bolívar.
- ELLET, W. The Case Study Handbook. En How to Read, Discuss and Write Persuasively About Cases (pág. 658). Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press. 2007. El tiempo, Iglesias (2014). Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-14889239>
- Envensite (2017). Recuperado de <https://eventsite.com.co/bucaramanga/blog/restaurantes/restaurantes-nuevos-en-bucaramanga>
- ESPINDOLA, J. Reingeniería Educativa el Pensamiento Crítico: Como fomentar en los Alumnos. México: PAX. 2000.
- GALEANO MARÍN, María Eumelia. Estrategias de investigación social cualitativa. El giro en la mirada. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, Universidad de Antioquía. Medellín. La Carreta Editores, 2004. p 73-75.
- Guía para la elaboración de casos de Emprendedores de la Comunidad Andina de Foment <http://conceptodefinicion.de/preparacion/mercado/calidad/cliente/>  
<http://fiteconsultores.es/wordpress/que-son-las-competencias-emprendedoras-y-empresariales/>  
<http://mesabar-jorgeantonio.blogspot.com.co/2011/04/definicion-importancia-y-metodos-de.html>  
<https://www.definicionabc.com/general/fabricacion.php>  
<http://www.doctissimo.com/es/salud/diccionario-medico/comida-rapidas>  
<https://www.economiasimple.net/glosario/nicho-de-mercado>  
<http://www.pymesycalidad20.com/analisis-foda-contexto-de-la-organizacion.html>  
<http://www.marketing-free.com/producto/definicion-producto.html>
- HUSSEIN, Ashatu. The use of Triangulation in Social Sciences Research: Can qualitative and

quantitative methods be combined?. En: Journal Comparative social Work, 2009, N° 1, p. 1-12.

La publicación del libro Sostenibilidad en Colombia Casos Empresariales 2011 del Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Empresarial – CECODES

## **ANEXOS**