

ANEXOS

ENTREVISTA A NICOLÁS MÚNERA.

Entrevistador: Libardo Arteaga Castro

Entrevistado: Nicolás Múnera Álvarez, representante legal y uno de los fundadores del restaurante Molino.

Libardo: *Nos encontramos con Nicolás Múnera, socio del restaurante El molino, quien el día de hoy nos responderá algunas preguntas acerca de éste.*

Buen día Nicolás, ¿cómo estás?

Nicolás: *muy bien gracias, ¿tu cómo te encuentras?*

Libardo: *Bien, gracias. Para dar inicio a la entrevista, me gustaría empezar desde lo más básico, ¿Cómo surge la idea de crear la empresa? ¿Dónde está ubicada? ¿Qué hace la empresa?*

Nicolás: Bueno, la idea de crear el restaurante surge hace varios años por parte de la familia Múnera Álvarez, el proyecto se da gracias a que se poseía el terreno adecuado para formar este tipo de empresa, sin embargo, hace algún tiempo no se tenían los recursos suficientes para establecerlo.

El Restaurante se encuentra ubicado en el kilómetro doce punto cinco vía a la Calera, en el Chuscal de la Calera y la vereda San Rafael.

La principal actividad de la empresa es la venta de alimentos, teniendo como especialidad los cortes de carne madurados, por ende es necesario que la empresa conozca y realice el proceso de maduración adecuado. Para lograr un dicho proceso de maduración, se requiere que la empresa cumpla con dos condiciones básicas: temperatura e higiene.

Por otro lado, la organización realiza el expendio de bebidas tanto alcohólicas como no alcohólicas. Teniendo como principio la alta calidad en los servicios y en los productos ofrecidos.

Libardo: *¿Qué significado tiene el molino?*

Nicolás: Lo que se busca con el molino es mostrar un ambiente campestre, evidenciado las diferentes maneras de concebir la naturaleza con una arquitectura excepcional.

Libardo: *¿Cuál es su oferta de productos?*

Nicolás: La oferta de producto está compuesta por: La preparación y expendio de alimentos para su consumo inmediato, mediante el servicio a la mesa. Expendio de bebidas tanto alcohólicas como no alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento.

Libardo: *¿Cuál es el producto que otorgará mayor utilidad y por qué?*

Nicolás: El producto que concederá mayor utilidad a la organización es la “*Picada el Molino*” ya que la elaboración de ésta se puede dar con las mermas de los diferentes cortes de carne, pollo y/o cerdo.

Libardo: *¿Cuentan con algún diferenciador respecto a la competencia?*

Nicolás: Si, los principales diferenciadores que tiene el Restaurante con la competencia, son el servicio y la especialidad, ya que el Molino ofrecerá servicio a la mesa, por medio de meseros, brindándoles a los clientes mayor comodidad al momento de adquirir los productos. Por otro lado, otro diferenciador importante es la infraestructura, esto se da gracias a que la organización contará con diferentes espacios para sus clientes, habrá terrazas, huerta, bar y parte interior, logrando que los clientes puedan encontrar diferentes ambientes en un mismo lugar.

Libardo: *¿Tienen éstos diferenciadores algún significado en particular?*

Nicolás: Si, lo que se busca es generar un ambiente campestre sin dejar a un lado la elegancia y la comodidad de los clientes. Esto se logrará por medio de la infraestructura que se tiene el en Restaurante.

Libardo: *¿A qué nicho de mercado está dirigida la marca?*

Nicolás: Personas con poder adquisitivo medio-alto, es decir estratos cinco y seis. Es indispensable que las personas tengan automóvil por la ubicación del restaurante.

Libardo: *¿Qué se pretende transmitir al consumidor con la marca?*

Nicolás: Una experiencia inolvidable y agradable, con factores atrayentes como la naturaleza, música en vivo y alta calidad en el servicio.

Libardo: *¿A qué público están dirigidas las campañas y por qué?*

Nicolás: A los estratos sociales cinco y seis, ya que el restaurante no es un negocio de volumen sino de exclusividad, lo que se busca con la empresa es brindarles a los clientes productos y servicios de alta calidad y no vender grandes volúmenes.

Libardo: *¿Qué tipos de empleos directos e indirectos genera la compañía?*

Nicolás: Entre los directos se encuentran:

El gerente, administrador, chef, relacionista público, contador, parrillero, meseros, cajeros, el personal de aseo, auxiliares de Cocina, bartender y los auxiliares de bar.

Los indirectos son los proveedores que tiene la organización.

Libardo: *¿Cómo se percibe el clima general dentro de la compañía?*

Nicolás: El clima organizacional de la empresa es un ambiente cálido y agradable ya que se intenta en todo momento hacer sentir a los trabajadores como parte de la organización y no como empleados en sí. De igual forma, los empleados se pueden expresar y realizar solicitudes ante la dirección sin ningún problema, disminuyendo la brecha entre dirección y empleados.

Libardo: *¿Qué tipos de compañías se relacionan directamente con esta organización?*

Nicolás: Los proveedores se pueden ver en el numeral 3.1.1.

- Alkosto, que nos proporciona abarrotes. Los funcionarios del restaurante deben dirigirse a las tiendas para comprar los insumos necesarios y transportarlos hasta el restaurante.
- Sagal: Asado de Tira-Asado de Vacío-Bife de Chatas-Bife de Punta de Anca-Rib Eye-Entrecôte - Baby Beef- Strip Loin. El transporte de estos productos lo realiza el Sagal todos los jueves.
- Makro: Abarrotes. Funcionarios del restaurante deben dirigirse a las tiendas para comprar los insumos necesarios y transportarlos hasta el restaurante.
- Facenda: Chorizo-Chicharrón-Costilla de Cerdo- Bondiola. Es necesario ir por estos productos hasta la empresa y de allí transportarlos hasta el restaurante a la temperatura adecuada.
- Bavaria: Bebidas alcohólicas (cervezas). Con este proveedor es posible negociar patrocinios. La marca se encarga de la distribución y transporte del producto.
- Diageo: Bebidas alcohólicas. A partir de los volúmenes de compra se otorgan bonificaciones en productos. La marca se encarga de la distribución y transporte del producto.
- Mc Pollo: Pechuga-Pierna-Ala. Manejan precios diferentes para clientes corporativos. El transporte es asumido por el restaurante.
- Ancla y Viento: Crustáceos-Pescado
- Coca Cola: bebidas no alcohólicas

- Corabastos la empresa esta encargada de comprar los insumos y llevarlos al restaurante, el pago se debe realizar en efectivo y no manejan ningún crédito.

Si alguno de los proveedores llegara a incumplir con los tiempos de entrega, el restaurante se verá en la obligación de conseguirlos en almacenes de la calera para cubrir la demanda inmediata. Y posteriormente hacer las exigencias pertinentes en el contrato con el proveedor.

Libardo: *¿Para usted cuáles son los mayores competidores?*

Nicolás: El Tambor, la Contadina y la Mazorca: son los restaurantes más grandes y los más reconocidos de la Calera. Así mismo, existe competencia en Chía y Bogotá, siendo los principales competidos para el Molino los siguientes: Entrepúes, La Margarita del 8 y El Tramonti.

Cabe resaltar, que la mayor competencia que tiene el restaurante es la Contadina, ya que los habitantes del municipio de La Calera reconocen a éste establecimiento como uno de los mejores y los horarios son similares a los del Molino.

Libardo: *¿Quiénes están encargados de la publicidad?*

Nicolás: Todo lo referente a temas publicidad está encargada la empresa *TUKANO PUBLICIDAD*.

Esta empresa, es una agencia dedicada a generar espacios que permitan transmitir emociones para solucionar, satisfacer y exceder las necesidades de comunicación de los Clientes construyendo una identidad para sus marcas y sus productos, en la que las actividades se fundamentan en las excepcionales cualidades humanas y profesionales de nuestro talento humano, fortaleciendo constantemente nuestra visión de agencia de clase mundial y asegurando el mejoramiento continuo en todos nuestros procesos.¹

Libardo: *¿Ha tenido experiencia con negocios relacionados?*

Nicolás: Sí, llevo seis años siendo socio de bares ubicados en la zona rosa y así mismo, he trabajado administrando uno de ellos durante cuatro años.

Libardo: *¿El Restaurante tiene responsabilidad social?*

Nicolás: Sí, por medio de la generación de empleo de los habitantes de la zona, buscando mejorar la calidad de vida tanto de los trabajadores como la de sus familiares. Así mismo, la organización está comprometida con el medio ambiente, por medio de las siguientes acciones:

¹ Ver: TUKANO PUBLICIDAD. Disponible en la página web: <http://www.tukanopublicidad.com>.

reducción al máximo de los residuos, favorecer el reciclaje mediante la clasificación de las diferentes categorías de basura, reducción de los gases contaminantes y la reforestación.

***Libardo:** no siendo más, muchas gracias por su tiempo Nicolás, fue muy agradable realizar esta entrevista.*

***Nicolás:** de nada.*

***Libardo:** gracias por su colaboración. Le deseo muy buena suerte y éxitos.*

***Nicolás:** Muchas gracias!*