

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA TIENDA DE CAFÉ EN EL
MUNICIPIO DE BARBOSA SANTANDER**

**DIANA MARCELA BALLESTEROS SANABRIA
LEIDY YENIFER PÉREZ GERENA**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL**

BARBOSA

2011

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA TIENDA DE CAFÉ EN EL
MUNICIPIO DE BARBOSA SANTANDER**

**DIANA MARCELA BALLESTEROS SANABRIA
LEIDY YENIFER PÉREZ GERENA**

**Proyecto de Grado presentado como requisito para optar al título de
PROFESIONAL EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

Director

GUILLERMO LEÓN CASTILLO ESTÉVEZ

Economista

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BARBOSA
2011**

*Dedicamos este proyecto de grado al dueño de la vida
DIOS quien es la mayor motivación y quien con su
inmensa bondad, amor y sabiduría, guió nuestros pasos
para evitar el tropezar en el camino y poder lograr nuestros
objetivos.*

*A nuestra familia por el gran apoyo brindado desde el
inicio de este largo camino, gracias por sus buenos consejos
y ayuda incondicional.*

*Diana Marcela Ballesteros Sanabria
Leidy Yennifer Pérez Gerena*

AGRADECIMIENTOS

Las autoras expresan sus agradecimientos a:

A DIOS, quien siempre estuvo presente en los momentos de satisfacción o de dificultad proporcionándonos apoyo y brindando esperanza.

A todas aquellas personas que de una u otra forma colaboraron en la realización y culminación de este proyecto.

A nuestro director de proyecto, Dr. Guillermo León Castillo Esteves, quien nos orientó, apoyó y dedicó gran parte de su tiempo para la realización de este proyecto.

A los docentes y directivas de la Universidad Industrial de Santander INSED Barbosa, quienes han coordinado nuestro aprendizaje, así como la puesta en marcha de varios proyectos.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	23
1. GENERALIDADES	24
1.1 CONTEXTO DEL SECTOR	28
1.1.1 Contexto geográfico provincia de Vélez y Ricaurte	28
1.1.2 Municipio de Barbosa – Santander	29
1.1.3 Principales sectores económicos del municipio de Barbosa	30
1.1.4 Evolución de las tiendas de café	33
1.1.5 Características de los establecimientos en la ciudad de Barbosa	33
1.2 ASPECTOS LEGALES	35
1.3 INSTITUCIONES DE APOYO Y FOMENTO DEL SECTOR	36
1.3.1 Ayudas para el fomento y financiación de proyectos comerciales	36
2. ESTUDIO DE MERCADO	38
2.1 OBJETIVOS	38
2.1.1 General	38
2.1.2 Específicos	38
2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	39
2.2.1 Definición, usos, y especificaciones del servicio	39
2.2.1.1 Descripción del servicio	39
2.2.1.2 Usos del servicio	40
2.2.1.3 Definición y especificaciones del producto	41
2.2.2 Productos sustitutos	43
2.2.3 Productos complementarios	44
2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio	44
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	45
2.3.1 Mercado potencial	45
2.3.2 Mercado objetivo	45

2.9.4	Análisis de medios	88
2.9.5	Selección de medios	88
2.9.6	Estrategias publicitarias	89
2.9.6.1	Estrategia de introducción	89
2.9.6.2	Estrategia de producto	89
2.9.6.3	Estrategia precio	90
2.9.6.4	Estrategia de distribución	90
2.9.6.5	Estrategia de promoción de ventas	90
2.9.7	Presupuesto de publicidad y promoción (operación)	92
2.9.7.1	De lanzamiento	92
2.9.7.2	Operación	93
2.10	CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	93
3.	ESTUDIO TÉCNICO	95
3.1	TAMAÑO DEL PROYECTO	95
3.1.1	Descripción tamaño del proyecto	95
3.1.1.1	Expresso clásico	95
3.1.1.2	Capuchino	95
3.1.1.3	Frappe	95
3.1.1.4	Malteada	96
3.1.2	Factores que determinan el tamaño del proyecto	96
3.1.3	Capacidad del proyecto	96
3.1.3.1	Capacidad total diseñada	97
3.1.3.2	Capacidad total instalada	98
3.1.3.3	Capacidad utilizada y proyectada	98
3.2	LOCALIZACIÓN	99
3.2.1	Macrolocalización	100
3.2.2	Microlocalización	101
3.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO	106
3.3.1	Ficha técnica del servicio	106
3.3.2	Descripción técnica del proceso	107

3.3.3 Diagrama de Flujo	108
3.3.4 Manejo de desechos	110
3.3.5 Control de calidad	111
3.3.5.1 Auditorías internas de la calidad	116
3.3.6 Recursos	122
3.3.6.1 Talento humano	122
3.3.6.2 Recurso físico	123
3.3.6.3 Recursos de insumos	129
3.3.7 Estudio de proveedores	130
3.3.8 Distribución de planta	132
3.3.9 Logística de distribución	132
3.4 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TÉCNICO	134
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	136
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN	136
4.1.1 Forma jurídica	136
4.1.2 Constitución legal	136
4.1.3 Legalización comercial	137
4.1.4 Legalización de funcionamiento	138
4.1.5 Legalización tributaria	138
4.2 CULTURA EMPRESARIAL	141
4.2.1 Visión	141
4.2.2 Misión	141
4.2.3 Objetivos empresariales	142
4.2.4 Políticas empresariales	143
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	147
4.3.1 Organigrama	147
4.3.2 Descripción y perfil de cargos	148
4.3.2.1 Numero de empleados	148
4.3.2.2 Funciones específicas de cargos	148
4.3.2.3 Asignación salarial	159

4.3 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO	161
5. ESTUDIO FINANCIERO Y EVALUACIÓN FINANCIERA	162
5.1 INVERSIONES	162
5.1.1 Inversión en activos fijos	162
5.1.1.1 Maquinaria y equipo	162
5.1.1.2 Muebles y enseres	163
5.1.1.3 Utensilios	163
5.1.1.4 Equipo de oficina	164
5.1.1.5 Total inversión fija	164
5.1.2 Inversión diferida	165
5.1.3 Inversión de capital de trabajo	166
5.1.3.1 Costos del servicio	166
5.1.3.2 Gastos de administración y de ventas	173
5.1.3.3 Total capital de trabajo	174
5.2 INVERSIÓN TOTAL	174
5.3 FUENTES DE FINANCIAMIENTO	175
5.4 COSTOS	175
5.4.1 Costos fijos	175
5.4.2 Costos variables	176
5.5 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	176
5.5.1 Presupuesto de ingresos (ventas)	176
5.5.2 Presupuesto de egresos	178
5.5.3 Flujo de caja proyectado	179
5.6 ESTADO DE RESULTADOS	180
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	182
6.1 PUNTO DE EQUILIBRIO	182
6.2 IMPACTO SOCIAL	183
6.3 IMPACTO AMBIENTAL	184
6.4 EVALUACIÓN FINANCIERA	185

6.4.1 Valor presente neto (VPN)	185
6.4.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)	186
6.4.3 Periodo de recuperación	187
6.4.4 Análisis de razones financieras	189
CONCLUSIONES	191
BIBLIOGRAFÍA	193
ANEXOS	195

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Grupos Etéreos del municipio de Barbosa Santander	25
Tabla 2. Café expresso	41
Tabla 3. Café Capuchino	42
Tabla 4. Malteada	42
Tabla 5. Frappe	43
Tabla 6. Ficha técnica de la demanda	48
Tabla 7. Proyección de la población Barbosa – Santander 2010	50
Tabla 8. Consumo de bebidas a base de café	51
Tabla 9. Productos a base de café que más se consume	52
Tabla 10. Consumo diario de las bebidas a base de café	53
Tabla 11. Consumo semanal y mensual por producto	54
Tabla 12. Sector para ubicar la tienda de café	55
Tabla 13. Decoración de la tienda de café	56
Tabla 14. Música para la tienda de café	57
Tabla 15. Música en vivo	58
Tabla 16. Servicios adicionales	59
Tabla 17. Horario de atención	60
Tabla 18. Precio Frappe	61
Tabla 19. Precio Espresso Clásico	62
Tabla 20. Precio Malteada	63
Tabla 21. Precio Capucchino	64
Tabla 22. Productos adicionales en la Tienda de Café	65
Tabla 23. Cobro del servicio	66
Tabla 24. Uniformes para el personal	67
Tabla 25. Empaques para obsequios	68
Tabla 26. Promedio consumo	69

Tabla 27. Estimación de la demanda (anual por tazas y/o vasos)	70
Tabla 28. Proyección de la demanda	71
Tabla 29. Ficha técnica de la oferta	73
Tabla 30. Personal de la empresa	74
Tabla 31. Horario Caramelo Espress	75
Tabla 32. Venta mensual en promedios de Productos lideres Caramelo Espress	76
Tabla 33. Precios productos lideres Caramelo Espress por tazas y/o vasos	77
Tabla 34. Servicios adicionales Caramelo Espress	78
Tabla 35. Medios publicitarios Caramelo Espress	79
Tabla 36. Estimación de la oferta	81
Tabla 37. Proyección de la oferta (tazas)	82
Tabla 38. Relación entre oferta y demanda – Café Espresso (tazas 45 ml)	83
Tabla 39. Relación entre oferta y demanda – Capucchino (tazas 195ml)	83
Tabla 40. Relación entre oferta y demanda – Frappe (vasos 170 ml)	83
Tabla 41. Relación entre oferta y demanda – Malteada (vasos 260 ml)	84
Tabla 42. Precios de la competencia	86
Tabla 43. Presupuesto de publicidad y promoción (operación)	92
Tabla 44. Presupuestos de lanzamiento	92
Tabla 45. Presupuestos de operación	93
Tabla 46. Capacidad total diseñada	97
Tabla 47. Capacidad total instalada	97
Tabla 48. Consumo de las diferentes bebidas de café	98
Tabla 49. Capacidad proyectada utilizada	99
Tabla 50. Selección y definición de factor	101
Tabla 51. Ponderación de factores críticos	104
Tabla 52. Determinación de la Ubicación	105
Tabla 53. Ficha técnica del Servicio	106
Tabla 54. Diagrama secuencial del proceso del servicio	107
Tabla 55. Formato procesos de atención	114
Tabla 56. Formato procesos de salida	116

Tabla 57. Personal	122
Tabla 58. Maquinaria y equipo	123
Tabla 59. Utensilios	127
Tabla 60. Equipo de oficina	128
Tabla 61. Insumo espresso clásico	129
Tabla 62. Insumo Cappuccino	129
Tabla 63. Insumo Frappe	129
Tabla 64. Malteada	130
Tabla 65. Equipo de aseo	130
Tabla 66. Descripción de funciones del Gerente	149
Tabla 67. Especificaciones de funciones de gerente	150
Tabla 68. Descripción del cargo de Secretaria	151
Tabla 69. Especificaciones del cargo de secretaria	152
Tabla 70. Descripción del cargo de Contador	153
Tabla 71. Especificaciones del cargo de contador	154
Tabla 72. Descripción del cargo de Mesero	155
Tabla 73. Especificaciones del cargo de mesero	156
Tabla 74. Descripción del cargo de Barman (barista)	157
Tabla 75. Especificaciones del cargo de barman	158
Tabla 76. Asignación salarial	159
Tabla 77. Prestaciones sociales	160
Tabla 78. Maquinaria y equipo	163
Tabla 79. Muebles y enseres	163
Tabla 80. Utensilios	164
Tabla 81. Equipo de oficina	164
Tabla 82. Total Inversión fija	165
Tabla 83. De inversiones diferidas	165
Tabla 84. Insumo espresso Clásico	166
Tabla 85. Insumo Capuccino	167
Tabla 86. Insumo Frappe	167

Tabla 87. Insumo malteada	168
Tabla 88. Costos materiales Directos	168
Tabla 89. Costo mano de obra directa	169
Tabla 90. Costo mano de obra indirecta	169
Tabla 91. Costo de materiales indirectos	170
Tabla 92. Depreciación 5 años	171
Tabla 93. Costos generales de fabricación	172
Tabla 94. Total Inversión en capital de trabajo para el primer año (pesos)	172
Tabla 95. Sueldos	173
Tabla 96. Gastos de administración y de ventas	173
Tabla 97. Total capital de trabajo	174
Tabla 98. Resumen Inversiones del Proyecto	174
Tabla 99. Total costos y gastos fijos	175
Tabla 100. Costos variables	176
Tabla 101. Presupuesto de Ingresos (ventas por tazas)	176
Tabla 102. Presupuesto de Ingresos Proyectados bebida fría a base de café- Capuchinos	177
Tabla 103. Presupuesto de ingresos proyectado Bebida a base de café frappe	177
Tabla 104. Presupuesto de ingresos proyectado Bebida a base de café. Malteada	177
Tabla 105. Total de ingresos por ventas proyectado	178
Tabla 106. Presupuesto de egresos proyectado	178
Tabla 107. Flujo de caja proyectado	179
Tabla 108. Estado de resultados proyectado	180
Tabla 109. Balance General y primer año	180
Tabla 110. Margen de Contribución	182
Tabla 111. Punto de equilibrio por productos	183
Tabla 112. Período de recuperación	188

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Consumo de bebidas a base de café	51
Figura 2. Productos a base de café que más consume	52
Figura 3. Productos a base de café que consume	53
Figura 4. Consumo mensual por producto	54
Figura 5. Ubicación de la tienda	55
Figura 6. Decoración de la tienda de café	56
Figura 7. Música para la tienda de café	57
Figura 8. Música en vivo	58
Figura 9. Servicio adicional en la Tienda de Café	59
Figura 10. Horario en la Tienda de Café	60
Figura 11. Precio del Frappe	61
Figura 12. Precio Espresso Clásico	62
Figura 13. Precio Malteada	63
Figura 14. Precio Capucchino	64
Figura 15. Productos adicionales la Tienda de café	65
Figura 16. Cobro	66
Figura 17. Personal uniformado la Tienda de Café	67
Figura 18. Empaques para obsequios la Tienda de Café	68
Figura 19. Personal de la empresa	74
Figura 20. Horario Caramelo Express	75
Figura 21. Venta mensual de productos líderes Caramelo Express	76
Figura 22. Precio de productos líderes Caramelo Express	77
Figura 23. Servicios Adicionales Caramelo Express	78
Figura 24. Medios publicitarios Caramelo Express	79
Figura 25. Canal de comercialización	84
Figura 26. Logotipo de la Tienda de café	87
Figura 27. Diseño volantes	91

Figura 28. Mapa de ubicación de Barbosa – Santander	100
Figura 29. Diagrama de recorrido atención al público	108
Figura 30. Diagrama de proceso de flujo	109
Figura 31. Distribución de planta	133
Figura 32. Organigrama	147

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Encuesta a hogares	195
Anexo B. Entrevista a empresa competidora	199
Anexo C. Cotizaciones	201

RESUMEN

TÍTULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA TIENDA DE CAFÉ EN EL MUNICIPIO DE BARBOSA SANTANDER*.

AUTORAS: BALLESTEROS SANABRIA, Diana Marcela.
PÉREZ GERENA, Leidy Yenifer**.

PALABRAS CLAVES: Servicio, variedad, tienda, café, calidad, esparcimiento, Innovación, turismo.

DESCRIPCIÓN:

Este proyecto presenta la creación de una tienda productora y comercializadora de bebidas a base de café en el municipio de Barbosa Santander, ofreciendo variedad de productos y servicio de calidad. Esto contrasta con la escasez de centros de lugares que brinden variedad en alimentos, postres y dulces en el municipio, llevando esto a presentarse una demanda insatisfecha en relación con el servicio ofrecido por los pocos establecimientos comerciales que se presentan en el municipio.

Es por esta razón que la idea principal del presente documento es demostrar la factibilidad de la creación de una Tienda de café en el municipio de Barbosa, es viable desde el punto de vista de mercados ya que presenta un mercado asegurado, es viable desde el punto de vista técnico ya que cuenta con un paquete tecnológico ofrecido por su proveedor, cuenta con los recursos y la capacidad necesarios para la generación de los servicios, administrativamente es viable ya que cumple con la documentación jurídico-legal que exigen los entes gubernamentales, desde el punto de vista financiero es viable ya que presenta una inversión asegurada y una rentabilidad que cumple con las exigencias de los socios inversionistas.

Por último se logró establecer que es viable desde el punto de vista social y ambiental, ya que contribuye con el desarrollo social en la generación de empleos y es benévolo con el ambiente, puesto que presenta planes de mitigación para todos los factores nocivos que puedan atentar al ambiente.

* Proyecto de Grado.

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Director: CASTILLO ESTEVEZ, Guillermo León.

ABSTRACT

TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A COFFEE SHOP BARBOSA IN THE MUNICIPALITY OF SANTANDER*

AUTHORS: BALLESTEROS SANABRIA, Diana Marcela
PÉREZ GERENA, Leidy Yenifer**

KEYWORDS: service, variety, shop, coffee, quality, recreation, innovation, tourism.

DESCRIPTION:

The municipality of Barbosa and commercial hub of the region is the place to go hundreds of residents from neighboring municipalities to perform their duties and commercial activities, and it is a region with strong presence in the tourism sector, thanks to weather that presents the benefits the region and the quality of its people. This contrast with the scarcity of places of places that offer variety in food, desserts and sweets in the town, leading it to report an unmet demand in relation to the service offered by the few commercial establishments in the municipality are presented.

It is for this reason that the main idea of this paper is to demonstrate the feasibility of creating a coffee shop in the town of Barbosa, is viable from the point of view of the market because it has an assured market is viable from the point Technically since it has a technological package offered by your provider, has the resources and capacity needed for the generation of services is administratively feasible because it meets the legal-legal documentation required by government agencies, from the financial terms is viable because it has a guaranteed investment, and a return that meets the requirements of the investment partners.

Finally we managed to establish that it is feasible from the standpoint of social and environmental, as it contributes to social development in the generation of jobs and is kind to the environment because by mitigation plans for all adverse factors that may threaten the environment.

* Project of Grade

** Institute of Projection Regional and Education Distance. Program Company Management.
Director: ESTÉVEZ CASTILLO, Guillermo León.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el constante cambio en las exigencias del mercado hace que las empresas se vuelvan más competitivas y acordes a los gustos y exigencias de los consumidores. Dentro de la continua transición de las empresas hacia horizontes operacionales y funcionales más avanzados, se presenta una buena oportunidad para que gestores empresariales apliquen sus conocimientos y los recursos en la creación de empresas.

Barbosa es considerada la Puerta de oro de Santander, además es paso obligado para turistas y viajeros que buscan sitios con ambientes agradables que ofrezcan variedad en bebidas y comidas típico, por eso la creación de una tienda de café que ofrezca bebidas exclusivas a base de café.

El presente proyecto proporcionará una descripción de la investigación llevada a cabo en la creación de una tienda de café, en la identificación del comportamiento de los productos ofrecidos en la TIENDA K'FE, con aditivos permitidos que disminuyan costos, mejoren los productos y se note la calidad para hacer de la tienda de café un lugar aceptado comercialmente. Debido a este contexto se creará una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de bebidas a base de café.

Con la creación de esta empresa, se piensa ofrecer una opción más para el mejoramiento de la calidad de vida de sus socios y de la comunidad.

Además se proyecta como empresa precursora en la presentación de bebidas a base de café; con el fin de posesionarse en el mediano plazo en el mercado local y regional, fomentando responsabilidad, cumplimiento y profesionalismo, con el ánimo de ser cada día mejor, no solo en la calidad de los productos si no en todas sus áreas funcionales y de esta forma lograr competitividad.

1. GENERALIDADES

La condición turística que ostenta actualmente la ciudad de Barbosa le brinda una gran potencialidad en el mercado de bienes y servicios. Actualmente son pocas las empresas cuya actividad económica se derive de la fabricación de productos a base de café a nivel especializado. En este municipio solo hay establecimiento que ofrece café de tipo tradicional y otras bebidas, así como alimentos que requieren poca preparación como sándwiches y empanadas.

Este tradicionalismo, aunado a su avance turístico ha hecho que las preferencias del consumidor por otro de tipo de establecimientos que ofrecen productos especializados en café sean más exigentes, haciendo que en los últimos años este tipo de cafeterías de barrio hayan tenido que cerrar en los últimos años.

En el estudio de mercados realizado en la tecnología, como antecedente se precisó que la demanda actual es mínima, dado que la población actual prefiere desplazarse a otros sitios fuera del casco urbano, dada la falta de negocios más llamativos que brinden dicho servicio de café y sus derivados.

Según Censo Ajustado del Departamento Nacional de Estadística – DANE¹, de los 27.372 habitantes que tiene Barbosa, el 51.31% (14.045 habitantes) corresponden al género femenino y el 48.69% (13.327 habitantes) al género masculino.

¹ COLOMBIA. Departamento Nacional de Estadística – DANE. Proyecciones municipales de población 2005 – 2020. Disponible en Internet: <http://www.DANE.com>.

Tabla 1. Grupos Etáreos del municipio de Barbosa Santander

Grupos Etáreos		
Edad	Total	Porcentaje
	27.372	100,00
0-4	2.514	9,18
5-9	2.576	9,41
10-14	2.674	9,77
15-19	2.686	9,81
20-24	2.346	8,57
25-29	1.761	6,43
30-34	1.894	6,92
35-39	1.758	6,42
40-44	1.828	6,68
45-49	1.710	6,25
50-54	1.395	5,10
55-59	1.157	4,23
60-64	926	3,38
65-69	701	2,56
70-74	583	2,13
75-79	421	1,54
80 Y MÁS	442	1,61

Fuente: COLOMBIA. Departamento Nacional de Estadística – DANE. Proyecciones municipales de población 2005 – 2020. Disponible en Internet: <http://www.DANE.com>.

En relación con grupos etarios la mayor población corresponde al grupo de edades entre 15 y 19 años con un 9.81%, seguido de 9.77% entre grupos de edades entre 10 y 14 años y 9.18% entre 0 y 4 años, principalmente. Por los demás grupos se presentan entre promedios de 6% en población económicamente activa.

Acorde a las necesidades actuales los consumidores prefieren visitar sitios donde se pueda conversar y consumir bebidas gaseosas, jugos naturales, bebidas a base de café. Y en el estudio de mercado que se hizo en la tecnología arrojó como resultado una demanda insatisfecha la cual por ende justifica la generación de este estudio.

Por lo anterior se hace necesario un estudio de prefactibilidad para crear una Tienda de café, donde se ofrezca diversidad de bebidas a base de café con granos de excelente calidad, tanto en su frescura y tostión adecuada, acorde con las necesidades del mercado y que supla la demanda insatisfecha actual.

Una de las causas determinantes para la formulación del problema es el hecho que corresponde al gobierno municipal ya que en el “Esquema de Ordenamiento territorial de Barbosa 2000 – 2009” se hace énfasis en la necesidad apremiante de una reforma y fortalecimiento urbanístico para el municipio con el fin de poder elevarlo a la altura de las grandes ciudades.

Para poder abordar la problemática actual se justifica la presente investigación en el departamento de Santander dado que se ha constituido como una de las regiones de las mayores que han tenido gran afluencia turística y comercial lo cual ha generado una fuente importante de sus ingresos. Sin embargo, debido al aumento de demanda en la actividad comercial cada vez es más grande la exigencia en la prestación de los servicios especialmente lo que tiene que ver con servicios de cafetería y bares.

“Barbosa es denominada a puerta de oro de Santander. Su privilegiada ubicación geográfica, le ha permitido constituirse en el centro comercial de una extensa región. Dista 214 Km. de Bucaramanga y 255 Km. de Bogotá. Se halla sobre la Ruta NACIONAL 45 Bogotá-Bucaramanga, pavimentada. Confluye la carretera del Carare (Puerto Berrío, sobre el Río Magdalena). Posee un aeropuerto pequeño”². Por otro lado, hay que mencionar que en el municipio de Barbosa no existe una tienda exclusiva en bebidas y productos a base de café, lo que hace que esta propuesta sea una idea innovadora y atractiva ya que la población del municipio

² ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARBOSA. Esquema de Ordenamiento Territorial I. 2004. p. 69.

de Barbosa es en su mayoría joven, alegre y busca ambientes agradables donde compartir y relacionarse.

Para la elaboración de las bebidas a base de café existen en el mercado las máquinas, el personal idóneo para que la propuesta de la tienda se lleve a cabo. Por último hay que resaltar que en el año 2008 se realizó un estudio de mercados que arrojó como resultado:

- La aceptación de las personas del municipio de Barbosa por una tienda exclusiva en productos a base de café es del 90%.
- Los oferentes de productos similares en el mercado no poseen un servicio en un lugar con un ambiente agradable.
- El perfil del potencial comprador y/o usuario de los servicios y de la tienda de café.

Actualmente en Barbosa, la prestación de servicios de café en variedades es un servicio muy reducido, por lo que la creación de una tienda de café para este fin permitirá satisfacer las necesidades de un gran mercado y generaría una fuente de empleo potencialmente creciente.

Se tiene la oportunidad de empezar el proyecto en Barbosa departamento de Santander, lo que permite diseñar una estrategia de desarrollo y penetración de este nuevo mercado en otras ciudades también importantes dentro de la economía Santandereana.

Finalmente, los proyectos son la realidad de los contenidos recibidos durante el periodo en que los profesionales se formaron en el Alma Mater, corresponde, así, entrar a conjugar teoría y práctica en la consecución de la información pertinente que podrá aprovechar cualquier inversionista tanto del sector público (el Estado)

como privado para materializar la propuesta expuesta por las autoras del presente estudio.

De acuerdo a lo anterior el objetivo general del presente estudio es la de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una tienda de café en el municipio de Barbosa – Santander.

Para dar cumplimiento a este objetivo se debe abordar los siguientes análisis:

- Realizar el estudio de mercado que permita determinar la demanda, oferta, precio de equilibrio y canales de comercialización.
- Realizar un estudio técnico para el desarrollo del proyecto, determinando allí el tamaño, localización y procesos de producción, requerimientos de mano de obra, obras físicas, entre otros.
- Realizar el estudio administrativo y legal que determine el tipo de sociedad, organización, manual de funciones, entre otros.
- Realizar el estudio financiero que indique los recursos necesarios para la puesta en marcha y operación del proyecto.
- Determinar la evaluación financiera que permita medir la rentabilidad del proyecto y su impacto social.

1.1 CONTEXTO DEL SECTOR

1.1.1 Contexto geográfico provincia de Vélez y Ricaurte. En la cabecera de estos municipios se tiene presencia de pequeñas famiempresas de transformación agroindustrial y en la elaboración de conservas y dulces con base en la guayaba y otras frutas; productos que surten los mercados de Santafé de Bogotá y Boyacá y

una mínima parte llega a los mercados de Socorro, San Gil y Bucaramanga. De la misma manera es una región potencialmente rica alrededor de elementos de ecoturismo y folclor expresados en torbellinos, guabinas, requintos y tiples.

La vocación primordial de la subregión es agropecuaria, encontrándose que el total del área sembrada se dedica a cultivos de caña panelera, maíz, café, plátano, mora, cacao, guayaba, fríjol, yuca y Papa, de lo cual se observa que Puente Nacional tiene el 52.88 % del total del área sembrada de la subregión.

Lo anterior y sumado el epicentro subregional, hace que este Municipio sea el principal potenciador del comercio diversificado en productos agrícolas, paralelamente que se ha posicionado como un agente prestador de servicios en educación y salud para el área de influencia subregional; además que se observa un aumento sobre su potencial turístico por poseer 5 estaciones ferroviarias, entre otros de los sitios de interés histórico y arquitectónico, las cuales se presentan para su restauración como una de las estrategias de desarrollo territorial.

En el sistema nacional, tiene comunicación directa con los municipios de Chiquinquirá y Barbosa que a la vez son puntos de conexión con Bogotá y Bucaramanga. Actualmente el estado de la vía y su señalización es bueno. El mantenimiento se realiza con recursos nacionales.

1.1.2 Municipio de Barbosa - Santander. El municipio de Barbosa está localizado en el extremo sur del departamento de Santander, en límites con el departamento de Boyacá, en la provincia de Vélez y Ricaurte, sobre la ribera del río Suárez entre las montañas que conforman la cordillera Oriental, a una distancia de la capital del país de 285 Km. y de Bucaramanga a 214 Km. Territorialmente posee una ubicación estratégica sobre la vía principal pavimentada nacional N° 45

que comunica a Bogotá con Bucaramanga, por lo que a Barbosa se le conoce como la “Puerta de Oro de Santander”³.

“La cabecera municipal de Barbosa está localizada sobre la margen izquierda del río Suárez, presenta las siguientes coordenadas a los 05° 55’ 57” de latitud Norte y 73° 37’ 16” de longitud al Oeste del meridiano de Greenwich. El área total del Municipio es de 46.43 Km², de los cuales corresponden al área rural que se distribuyen entre los 1570 m.s.n.m, básicamente en el extremo norte del territorio, sobre el río Suárez, y los 2050 m.s.n.m. en límites con Vélez y Güepesa.

El municipio de Barbosa se comunica con Bogotá por Chiquinquirá, carretera pavimentada en su mayor parte y da inicio a la transversal del Carare (Puerto Berrío, sobre el río Magdalena). También posee un Aeropuerto, de utilidad para equipos de aviación bimotor.

Extensión total: 46.43 Km²

Temperatura media: 21 °C.”⁴.

1.1.3 Principales sectores económicos del municipio de Barbosa.

Comparando su comportamiento en relación con el caso nacional, en cuanto hace referencia al tamaño promedio por establecimiento de las diferentes actividades económicas desarrolladas con el personal que ocupan, se observa que en promedio en el año 2007 se emplearon 2,3 personas por establecimiento siendo el del sector primario de 1.1, el de la industria manufacturera de 2.4 y el del sector servicios o terciario de 1.9, destacándose en este último el del comercio con 1.5 y el de suministro de electricidad de gas y agua con 10.7. Estos registros son inferiores a los registrados a nivel nacional que en términos generales era de 4

³ ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARBOSA. Plan de Desarrollo Municipal. 2008 – 2011. Diagnóstico. p. 31.

⁴ Ibíd. p. 30.

empleados por establecimiento, el de la industria manufacturera de 9.2 y el de comercio de 2.4. Es de anotar además que el total de 450 establecimientos que registró la información de cámara y comercio de Barbosa en el año 2007, solo 382 reportaron personal empleado, ocupando cerca de 909 personas”⁵.

“Además se estableció que un 97.3% de los establecimientos tenían menos de 10 empleados y absorbían un 81.3% del total del personal con 739 empleados y que tan solo 2.7% de los establecimientos ocupaba entre 10 y menos de 49 empleados absorbiendo el 18.7% del empleo formal del municipio. Esto determina que la base empresarial y por consiguiente económica del municipio de Barbosa gira básicamente sobre la microempresa, sumado de lo anterior en el municipio de Barbosa existen seis Bancos comerciales de los cuales poseen un promedio de clientes de los municipios aledaños de 1.500 habitantes por municipio, permitiendo que se establezcan relaciones comerciales de gran volumen e impacto para el municipio de Barbosa, existen tiendas de ropa, calzado, accesorios de marca que permiten que el municipio sea visitado por personas con un nivel de ingresos medio – alto promoviendo el comercio en Barbosa”⁶.

Anteriormente el café era una bebida que se consumía en las cafeterías en donde cualquier persona entablaba una charla, había intelectuales, políticos, ganaderos, estudiantes que repasaban allí sus tareas amparadas en la compra de un tinto.

Hoy en día se le ha dado mayor importancia a este tipo de negocios y a la necesidad de los clientes por lugares con ambientes cómodos y agradables para que la enigmática bebida le produzca diversas sensaciones.

⁵ ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARBOSA. Plan de Desarrollo Municipal. 2008 – 2011. Diagnóstico. p. 31.

⁶ *Ibíd.* p. 65.

Así como los cafés eran en el siglo pasado el centro social de la clase media y el club de la clase alta, las tiendas de pueblo cumplían el requisito de congregar la bohemia proletaria.

Varios con los cafés bogotanos que tuvieron nombramiento por el carácter y el oficio de sus visitantes, los hubo de intelectuales, de políticos.

Según la revista hábitat publicada en octubre de 2006, afirma que el diseño de tiendas de café, bares y restaurantes ha cobrado tal importancia que se ha convertido en un interesante capítulo dentro de la práctica de la arquitectura comercial.

Obedece a las exigencias del mercado de ofrecerles a los clientes novedosas y placenteras emociones entorno a la comida del momento, apunta a lugares frescos y confortables que van más allá de la informalidad.

Las tiendas de café son sitios de reunión por excelencia y de singular esparcimiento donde se aglomera un gran número de personajes para establecer negocios.

En ciudades como Bogotá, Cali, Medellín y Bucaramanga, los ciudadanos encuentran muchos lugares que brindan las mejores bebidas a base de café en diferentes presentaciones, colores y sabores. La oferta es infinita para satisfacer el paladar del consumidor pues se encuentra desde un tinto hasta un exquisito coctel o café gourmet.

Cuando se visita una ciudad hay muchas opciones para divertirse, relajarse y tomarse una buena bebida a base de café, bebidas frías, variedad de postres y hojaldres exquisitos, perfectos para acompañar las bebidas a base de café.

1.1.4 Evolución de las tiendas de café. A raíz del crecimiento de las ciudades y aparición de lugares especializados, como bares para personas que les gusta un solo tipo de música por ejemplo la salsa; restaurantes exclusivos de comida internacional, cafeterías donde únicamente asisten, pensionados, a compartir una taza de café estas últimas fueron aisladas, perdiendo su vigencia. Algunas se transformaron en cafeterías o fuentes de soda, adquiriendo características más propias de un restaurante que de una tienda de café. Otros establecimientos se convirtieron en cafetines, sitios acondicionados en las ciudades que en el día sirven tinto y hacen las veces de centros de negocios de la gente que allí acude y en la noche se transforman en bares.

Cada vez las tiendas de café han mejorado, tienen mejores diseños arquitectónicos que le dan identidad a cada una de estas tiendas logrando una invitación a visitarlos y quedarse en ellos.

Posee un cómodo amoblamiento y un excelente café colombiano, por ejemplo los clientes de las tiendas de café son personas que se conglomeran y tienen reuniones no establecidas en agendas, además son visitados por jóvenes universitarios, todas estas personas todos los días entran al café, unos piden estar en barra, otros en la mesa, algunos llevan ellos mismos el café, algunos pagan al comienzo, otros al final, pero todos acaban haciendo lo mismo, tomándose el café de los quince o treinta minutos.

Por otro lado, sobre los consumos musicales, primero es necesario distinguir los estilos y ritmos que son escuchados en las ciudades, dentro de los cuales se destacan el pop, tropical, salsa, merengue, rock.

1.1.5 Características de los establecimientos en la ciudad de Barbosa. Ya que no existen tiendas exclusivas que ofrezcan bebidas a base de café, se encuentran algunas tiendas fruterías y bares.

En cuanto a tiendas se tiene una que queda en frente de la alcaldía del municipio, y cerca de los bancos BBVA y popular, son pequeñas y venden el tradicional café campesino.

También se encuentra la cafetería Caramelo Espresso es una de las más recientes y aquí, si se aprecia un ambiente más agradable, con colores vivos y mueblería en acero inoxidable, el café ofrecido es el tradicional espresso elaborado en la máquina especial, además se ofrece bizcochos, galletas y tortas para acompañar la demás bebidas como jugos y gaseosas que venden.

Las fruterías más representativas del municipio quedan por la carrera novena y son las campiña y la Carpa Rosada que por su ubicación, tamaño y decoración de los locales incitan a que las personas deseen sentarse a consumir alguno de los productos; las únicas bebidas a base de café que ofrecen son el tradicional tinto campesino y el café con leche.

Por el otro lado, de los bares se encuentra La Candelaria, un lugar nocturno que si ofrece otra variedad de bebidas a base de café como el cappuccino; su atención es exclusiva de las tardes y parte de la noche y sus visitantes en su mayoría son jóvenes entre 15 y 22 años que buscan un rato de esparcimiento con sus amigos.

- Tendencias de las tiendas de café. Las tiendas de café están en permanente innovación, las nuevas tendencias en su consumo en todo el mundo abarcan nuevas presentaciones, nuevos procesos y mejoras tecnológicas del proceso de elaboración, la tendencia global del mercado está sin duda en la línea de los café gourmet y los café de alta calidad. Se analiza la situación en la que se encuentra la juventud hoy en día, se concluye que uno de los mayores referentes que tienen las personas para relacionarse, como para ocupar parte de su tiempo libre son los bares y las tiendas de café.

Las nuevas tendencias en el concepto de las tiendas son aspectos que se manejan desde la creatividad y la armonía.

1.2 ASPECTOS LEGALES

Los siguientes son aspectos legales para la creación de una empresa de este tipo:

- Registro notarial: documento público por el cual se constituye una sociedad comercial.
- Código de Comercio: es la norma para todas las sociedades comerciales de acuerdo con lo establecido en la constitución y la ley.
- Decreto 3075 de 1997: del Ministerio de Salud, por el cual se reglamenta todas las actividades que puedan generar factores de riesgos por el consumo de alimentos.
- Resolución 2310/86: del Ministerio de salud Reglamenta procesamiento, composición, requisitos, transporte, comercialización de alimentos.
- Norma 424 de INVIMA: Por la cual se reglamenta los productos de dulcería.
- Norma 502 de Icontec: Reglamenta los rótulos, empaque y embalajes de alimentos.
- Ley 99 de 1993: legislación ambiental y que sustenta el desarrollo sostenible entendido al que conduzca al crecimiento económico, a la elevación de la calidad de vida y el bienestar social, sin agotar a la base de recursos naturales renovables en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlos para la satisfacción de sus propias necesidades.

- Ley 388 de 1997: el Plan de Ordenamiento Territorial es un instrumento que permite a la administración municipal formar una mayor y equitativa cobertura de los beneficios de la inversión que se hace en infraestructura pública básica y rural, plantear el crecimiento futuro del municipio y organizar el uso actual del suelo de acuerdo con las características del medio biofísico, la actual estructura urbana y los objetivos de desarrollo integral de la población. Se debe tener en cuenta que para los municipios de menos de 100.000 habitantes se aplica es el Esquema de Ordenamiento Territorial.
- Acuerdo 003 de diciembre de 2002: por medio del cual se adopta el Esquema de Ordenamiento Territorial para el municipio de Barbosa.

1.3 INSTITUCIONES DE APOYO Y FOMENTO DEL SECTOR

1.3.1 Ayudas para el fomento y financiación de proyectos comerciales. En razón a las características del servicio prestado por la tienda de café, esta se convierte además en un proyecto de orden comercial el cual puede obtener financiación de los siguientes entes:

Existen varias instituciones que pueden brindar ayuda y cooperación para llevar a buen término el proyecto.

La cámara de comercio es una de esas instituciones.

En cuanto a la financiación, existen instituciones como:

- MIPYME: Servicio para el fomento de empresas en el Ministerio de Comercio
- SENA: Servicio de incubadora de empresas en y el fondo emprender.
- También se debe tener en cuenta a las entidades como los bancos comerciales.
- El Estado también proporciona herramientas que permiten adelantar proyectos. Por ejemplo, el programa Emprendedores Colombia y la Cátedra CEINFI.

- Puede haber exoneraciones de impuestos si se ayuda a disminuir el desempleo por creación de empresa.
- Premios para innovaciones que permiten empezar a realizar el proyecto.

2. ESTUDIO DE MERCADO

A través de este estudio se busca determinar cuáles son las necesidades de los clientes, identificar lo que ofrece el mercado local, definir el servicio a prestar según las exigencias del cliente y del mercado, entre otros aspectos que determinarán el diseño de las estrategias por parte de la empresa para llevar a cabo la prestación adecuada del servicio que sería brindado por esta empresa. Se tendrá en cuenta factores relevantes como, su entorno, la población, la caracterización de los clientes y el conocimiento que se tiene acerca de la prestación del servicio de la tienda de café.

Además se realizará un análisis al principal competidor y los canales de distribución para lograr establecer las diferentes falencias que presentan en su etapa preliminar el servicio y de esta forma llegar a conocer las exigencias del cliente, las necesidades, sus preferencias, los precios y las características que desean ver reflejadas en cada servicio, que permitan determinar la demanda y la oferta de la empresa.

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 General. Realizar un análisis del mercado con todas las variables y características que permita establecer cuál es la aceptación de una tienda especializada en bebidas a base de café, tomando como fundamento la excelencia en el servicio.

2.1.2 Específicos

- Establecer un perfil de los clientes potenciales para el consumo de bebidas a base de café.

- Analizar las preferencias de los clientes para determinar un conjunto de productos y servicios complementarios a la tienda de café
- Identificar el mercado potencial y objetivo.
- Estimar la demanda insatisfecha del proyecto.
- Identificar la situación de las empresas que ofrecen bebidas a base de café.
- Determinar las características de la competencia para la creación de estrategias competitivas.
- Determinar los productos líderes a ofrecer de acuerdo a la preferencia de los clientes.
- Definir estrategias publicitarias y políticas que promuevan la venta del producto de la empresa.
- Determinar un horario apropiado de acuerdo a la disponibilidad del tiempo de los posibles clientes.
- Determinar el precio adecuado para los productos y servicios ofrecidos por la tienda de café.
- Establecer el canal de comercialización más adecuado para la distribución de las bebidas a base de café de la tienda.
- Fijar un presupuesto apropiado para el lanzamiento y promoción de la tienda.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

2.2.1 Definición, usos, y especificaciones del servicio

2.2.1.1 Descripción del servicio. La tienda de K'FE, el sabor de mi tierra, es un establecimiento que ofrece gran variedad de bebidas a base de café, en diferentes presentaciones según el gusto y necesidad del cliente.

La excelencia del servicio será parte fundamental de la misión de la empresa, buscando la satisfacción de los clientes creando un ambiente propicio para el

desarrollo de actividades cotidianas tales como negocios, entrevistas, citas, reuniones sociales, entre otros.

Las bebidas a base de café y demás productos que se ofrecerán serán elaborados teniendo en cuenta las Buenas Prácticas de Manipulación (BPM) y demás normas técnicas que reglamentan y aseguran la calidad de los productos.

La innovación estará presente tanto en los productos y su presentación en envases de diferentes formas y materiales, como en el diseño de las instalaciones con decoración minimalista (colores claros, muebles en acero, cuadros con figuras abstractas, lámparas, algunas plantas), y servicio en general.

2.2.1.2 Usos del servicio. El servicio que ofrece la tienda de café “KFE Ltda., buscará satisfacer las necesidades de todos aquellos quienes buscan salir de la rutina de sus labores diarias.

Para quienes buscan más que un buen producto, el establecimiento comercial pretende aplicar una serie de agregados que garanticen una excelente atención al cliente. Es importante resaltar que para la tienda de café, K’FE Ltda., es importante no solo brindar productos de calidad, sino complementarlos con un excelente servicio y atención al cliente, de este modo se garantiza la satisfacción del mismo.

En cuanto a la adecuación de las instalaciones, se diseñarán para poder prestar un servicio formal, un espacio donde los clientes se sientan a gusto y cómodos; la tienda de café sirve como lugar de esparcimiento colectivo y entretenimiento familiar.

En el ámbito social, puede ser utilizado como lugar de tertulias, negocios, citas y encuentros donde se puede disfrutar tranquilamente del ambiente de Barboseño.

2.2.1.3 Definición y especificaciones del producto. El café colombiano puede ser apetejado en diferentes bebidas a base del mismo, y que se implementarán en la tienda café los cuales son:

Tabla 2. Café expresso


Café Expresso	Descripción
<p>Es una bebida que se ingiere en taza y que se obtiene vertiendo agua caliente, sometida a la presión adecuada, sobre café en polvo. El café que se utilice para preparar un expresso no debe contener ni aditivos, ni aromatizantes y además no debe haber sufrido la artificial añadidura de agua.</p>	
<p>Detalles Técnicos</p>	<p>Cantidad necesaria de café molido $7 \text{ g} \pm 0,5$ Temperatura del agua en salida equipo $88^{\circ}\text{C} \pm 2^{\circ}\text{C}$ Temperatura del café en la taza $67^{\circ}\text{C} \pm 3^{\circ}\text{C}$ Presión del agua de infusión $9 \text{ bares} \pm 1$ Tiempo de filtrado $25 \text{ segundos} \pm 2,5$ Viscosidad a $45^{\circ}\text{C} > 1,5 \text{ mPa s}$ Total de Lípidos $> 2 \text{ mg/ml}$ Cafeína $< 100 \text{ mg/taza}$</p>
<p>Presentación</p>	<p>Mililitros en taza (incluida la crema) $45 \text{ ml} \pm 2,5$, presentación en vaso desechable.</p>

Tabla 3. Café Capuchino


Café Capuchino	Descripción
<p>Es una bebida que se ingiere en taza añadiendo canela en polvo o raspadura de piel de naranja y por encima el chocolate rallado. Endulzar a voluntad.</p>	
<p>Detalles Técnicos</p>	<p>6 cucharadas soperas de café molido. 1 litro de leche, canela en polvo, o bien piel de naranja rallada. 8 cucharadas de Chocolate rallado.</p>
<p>Presentación</p>	<p>Mililitros en taza 195 ml presentación en vaso desechable.</p>

Tabla 4. Malteada



Malteada	Descripción
<p>Es una bebida en vaso que se sirve con café fuerte frío, 3 bolas de helado de vainilla con un poco de salsa de chocolate por encima.</p>	
<p>Detalles Técnicos</p>	<p>-1 pocillo de cafe fuerte frio -3 bolas de helado de vainilla -1/2 vaso de leche</p>
<p>Presentación</p>	<p>Vaso desechable de 260 mililitros.</p>

Tabla 5. Frappe

Frappe	Descripción
<p>Es una bebida fría que se prepara a base de leche con una cucharada de leche y se bate con crema chantilli.</p>	
<p>Detalles Técnicos</p>	<p>Leche Café en polvo Azúcar Crema chantilli Hielo</p>
<p>Presentación</p>	<p>Vaso desechable de 170 mililitros.</p>

2.2.2 Productos sustitutos

- **Para las bebidas a base de café:** productos como chocolate, agua de panela, jugos, te o agua.

- **Para la tienda:**
 - **Servicio de bar:** servicio personalizado, con variedad de licores, espacios grandes y música variada para bailar.

 - **Cafeterías:** servicio personalizado, de bajo costo en espacios reducidos, con productos tradicionales.

- **Fruterías del municipio:** gran variedad de helados, postres y ensaladas, para el consumo en ambientes grandes y agradables donde los consumidores están el tiempo que consideren adecuado.

2.2.3 Productos complementarios. Como base para productos del café se complementarán con otros como galletas, arequipes, mermeladas y vinos.

En lo referente al servicio específico se involucrarán otros tales como el servicio de Rocola, muro de firmas, servicio de libros y revistas de interés para los clientes.

2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio. La tienda café que se pretende crear ofrecerá un servicio con calidad en un ambiente agradable, cómodo privado donde los visitantes puedan permanecer el tiempo que consideren adecuado.

Con esta idea de negocio se busca darle un valor agregado a una taza de café, al situarla en un lugar adecuado.

También, posicionar la tienda de café en la región y lograr que se distinga no solo por sus productos, sino por la excelencia en el servicio, el cual se refleja en la atención, comodidad, calidad y armonía que en su conjunto pretende superar todas las expectativas de sus clientes.

Una tendencia innovadora es buscar la mejora continua del servicio y por el compromiso de calidad con nuestros clientes. Una forma de hacerlo es brindando capacitación periódica a los empleados sobre las Buenas Prácticas de Manipulación y atención al cliente.

Cada año se harán auditorías para garantizar que se siguen las prácticas que ameritaron el elemento innovador con respecto a la competencia.

Por otro lado, se cree en la competencia laboral como una herramienta indispensable para el crecimiento de la empresa, por lo que se esta en disposición en invertir y poner los medios necesarios para que el personal califique a los puestos y los mismos respondan de mejor forma a las necesidades del mercado, dado que se fundamenta en la calidad del servicio como un atributo relevante.

Por otro lado la propuesta busca agregar a la cultura de la población Barboseña, un ambiente cosmopolita para sus visitantes, ya que es una ciudad pequeña, pero impregnada con algunas de las características propias de las principales ciudades capitales del país, como Bucaramanga y Bogotá.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial. El mercado potencial actual para las bebidas a base de café estará enfocado en la población del municipio de Barbosa así como, de los municipios cercanos de Santander (Puente Nacional, Cite, Vélez) y del departamento de Boyacá (Moniquirá).

2.3.2 Mercado objetivo. El mercado objetivo de las bebidas a base de café son las personas que constituyen la población urbana del municipio de Barbosa, caracterizada por su capacidad de pago, preferencial del producto y del servicio del tipo de tienda de café que se quiere constituir, con edades a partir de 15 años en adelante, es decir 19.608 personas⁷.

⁷ COLOMBIA. DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA DANE. Proyecciones de municipales de población. 2005 – 2020. Disponible en Internet: <http://www.DANE.com>

2.4 LA DEMANDA

2.4.1 Investigación de mercados

2.4.1.1 Planteamiento del problema. La región de Vélez y Ricaurte específicamente en los municipios de mayor índice poblacional como Barbosa, Puente Nacional, Vélez y Monquirá en los últimos años han presentado variables en sus modelos económicos en razón del crecimiento del sector urbano de cada uno de los municipios. Adicional a esto la introducción de nuevas instituciones financieras han modificado el modelo comercial sobre el cual se había trabajado durante muchos años.

Dichos municipios han presentado e implantado nuevos tipos de establecimientos y empresas en su mayoría de orden comercial y de prestación de servicios, caso particular el municipio de Barbosa siendo este el más joven de la región ha crecido en cuanto al casco urbano y hoy por hoy se ha convertido en el centro comercial de la región, su modelo económico ha cambiado en los últimos años y la tendencia ha sido a convertirse además de una población turística en la pequeña metrópolis de la región.

Todo esto indica que la modernización de cada uno de los municipios de la región hace necesaria la renovación de las instituciones y de las empresas que se presentan en la región; en razón a estos adelantos la población residente en los sectores urbanos de los municipios de la región se han encontrado de cara a un crecimiento desigual en cuanto al comercio y las instituciones y empresas que prestan los servicios; el sector de esparcimiento tampoco ha sido ajeno a este crecimiento ya que se presenta una alta demanda por parte de los habitantes de cada municipio y por los lugares de esparcimiento y recreación existentes en la actualidad, quienes en su mayoría prestan servicios informales y con escaso nivel organizacional.

Por no existir información relacionada con una demanda insatisfecha se requiere establecer un estudio de mercado que permita identificar los consumidores efectivos y potenciales, de esta manera se puede identificar la aceptación que tendrá la empresa en el mercado potencial del municipio.

En la región se presentan grandes inconvenientes en cuanto a la comercialización de estos servicios, la plaza hasta hace algunos años no representaba gran atractivo para la creación de empresas de esparcimiento, pero en estos momentos se puede evidenciar un gran vacío debido al incremento poblacional de la región y la tendencia de los municipios a convertirse en pequeñas metrópolis; el servicio puede ser evidenciado como una necesidad en cada uno de los municipios quienes ofrecen pocas alternativas para el aprovechamiento del tiempo libre, la fijación de precios presenta aún un problema mayor ya que la mayoría de establecimientos de recreación y esparcimiento existentes, ofrecen servicios a muy bajo costo con base en el bajo nivel de organización, informalidad, falta de visión y estrategias empresariales e innovación en los productos y servicios.

Por último podría concluirse que es evidente la necesidad de dichos servicios y que existe la obligación de crear una cultura en razón a una nueva forma de acceder a servicios de recreación y esparcimiento, para poder presentar alternativas para cada uno de los clientes, que vayan de la mano con el crecimiento que vienen presentando los municipios de la región, en la generación y ofrecimiento de nuevos productos y servicios.

2.4.1.2 Necesidades de información. Para la creación de la Tienda de K'FE, se requiere conocer las necesidades y preferencias de la población objeto del presente proyecto, que se identificaran como mercado objetivo en la ciudad de Barbosa.

Dicho mercado se caracteriza por demandar productos de excelente calidad, por lo que es indispensable determinar cuántos de ellos frecuentan sitios como (fruterías, cafeterías, cafés) con mayor frecuencia, identificar sus gustos, preferencias de consumo, al igual que horarios de atención y así determinar aspectos específicos de preferencia y aceptación de la propuesta del presente proyecto.

2.4.1.3 Ficha técnica de la demanda

Tabla 6. Ficha técnica de la demanda

<p>1. Tipo de investigación</p>	<p>Descriptiva: cuyo propósito es la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación; por eso es posible establecer características demográficas (número de población, edades nivel de educación, etc.)</p> <p>Identificar formas de conducta y actitudes (preferencias de consumo y decisiones de compra).</p> <p>Establecer comportamientos concretos (cuántas personas componen un producto) Esto con el fin de descubrir y comprobar las variables en la relación de investigación.</p>
<p>2. Método de investigación</p>	<p>Método inductivo: permite estimar una variedad de bebidas a consumir, logrando llegar a conclusiones como la aceptación, el gusto por las bebidas a base de café.</p>
<p>3. Fuentes de información</p>	<p>Fuente primaria: Se utilizó la encuesta dirigida a la población de Barbosa.</p> <p>Fuente secundaria: se utilizó diferentes informaciones obtenidas en libros, revistas, Internet., DANE y cámara de comercio.</p>
<p>4. Técnicas de recolección de información</p>	<p>La encuesta</p>

Tabla 6. Ficha técnica de la demanda (Continuación)	
5. Instrumento	Cuestionario. (Ver anexo 1)
6. Modo de aplicación	Directa
7. Definición y población. Elemento de unidad de muestreo.	<p>Población: La población objetivo asciende a 19.608 habitantes.</p> <p>Elemento: Habitantes mayores de 15 años, hombres y mujeres del municipio de Barbosa.⁸</p> <p>Unidad: Habitantes.</p>
8. Proceso de muestreo	Para la definición del universo se tomó en cuenta el número de personas que corresponden a 19.608, tomando el análisis a través de muestras finitas, estableciendo la prueba de muestra a través de 13 consumidores.
9. Alcance	La cobertura geográfica de la investigación se realiza en el municipio de Barbosa.
10. Tiempo de aplicación	Para la recolección de la información se emplearon 4 días

- **Cálculo de la muestra.** Para la definición del universo se tomó en cuenta el número de personas que corresponden en el municipio de Santander que según el ajuste del censo según el DANE para 2010 correspondiente a 27.372 personas.

Ahora bien, se tienen en cuenta los que presentan disponibilidad a pagar, a partir del intervalo entre 15 y 19 años en adelante (en esta perciben mesadas, sueldos, entre otros). Por tal razón se eliminan los otros grupos etéreos quedando de este grupo (15-19) en adelante.

⁸ COLOMBIA. DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA DANE. Proyecciones de municipales de población. 2005 – 2020. Disponible en Internet: <http://www.DANE.com>

Tabla 7. Proyección de la población Barbosa – Santander 2010

Proyección de la población Barbosa Santander. 2010			
Edad	Total	Hombres	Mujeres
	27.372	13.327	14.045
0-4	2.514	1.296	1.218
5-9	2.576	1.338	1.238
10-14	2.674	1.404	1.270
15-19	2.686	1.369	1.317
20-24	2.346	1.182	1.164
25-29	1.761	778	983
30-34	1.894	902	992
35-39	1.758	783	975
40-44	1.828	885	943
45-49	1.710	840	870
50-54	1.395	619	776
55-59	1.157	546	611
60-64	926	461	465
MAS DE 65	2.147	924	1.223

Fuente: Dane

En este sentido quedaron 19.608 personas como universo poblacional.

$$\frac{N (P \times Q) Z^2}{Z^2 (P \times Q) + E^2 (N - 1)}$$

N= Población

P= Probabilidad de éxito (0.5)

Q= Probabilidad de fracaso (0.5)

Z= Nivel de confianza (1.96)

E= Probabilidad de error (0.05)

$$N = \frac{19608 (0.5) (0.5) (1.96)^2}{(1.96)^2 (0.5 \times 0.5) + 0.05^2 (19608 - 1)} = 377$$

2.4.1.4 Tabulación, presentación y análisis de resultados

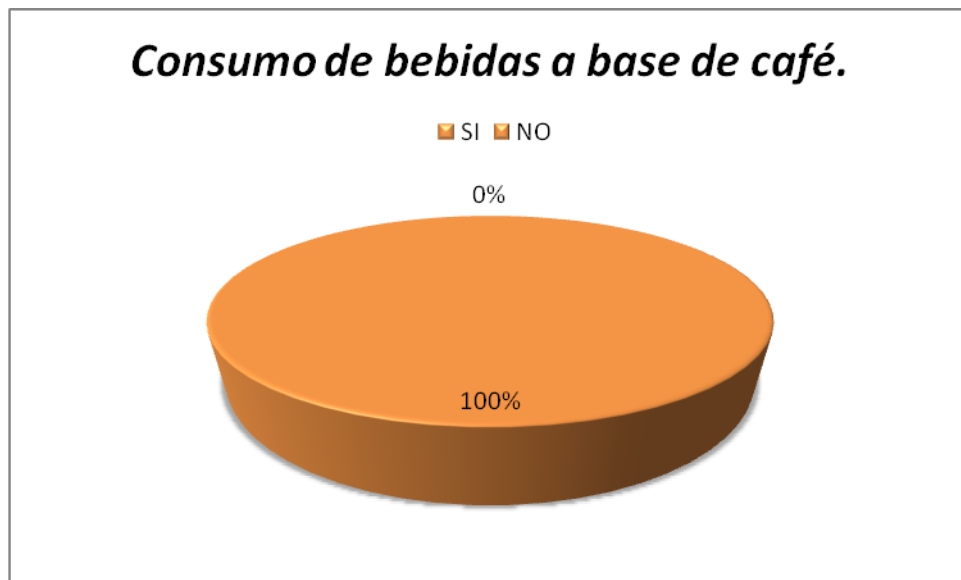
1. Consumo de bebidas a base de café

Tabla 8. Consumo de bebidas a base de café

Variable	Cantidad	Porcentaje
Si	377	100%
No	0	0
Total	377	100%

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 1. Consumo de bebidas a base de café



Este factor es importante para la Tienda K'FE pues se evidencia que las bebidas a base de café tienen gran aceptación por parte de las personas en general. Según la información obtenida el 100% de los encuestados consumen bebidas a base de café.

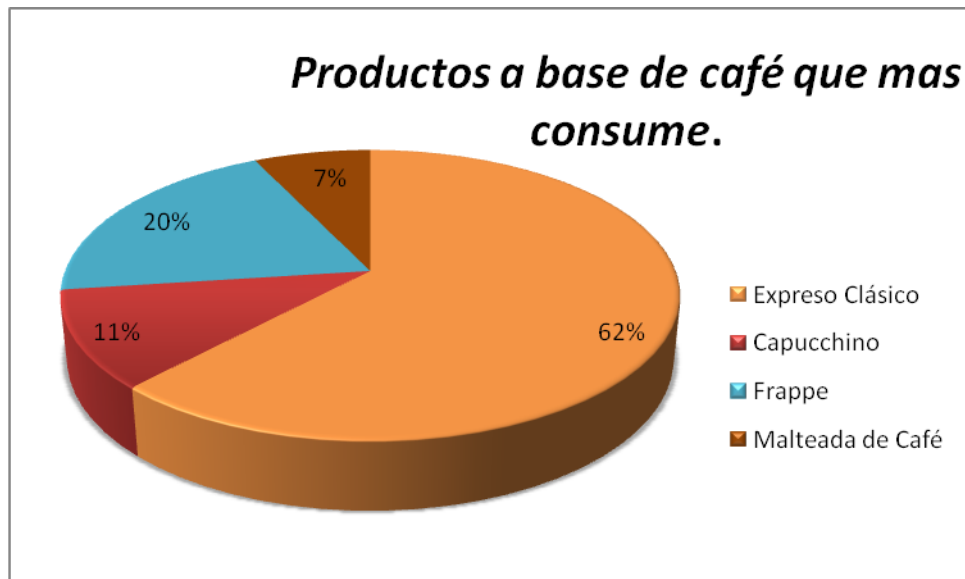
2. Productos a base de café que más se consume

Tabla 9. Productos a base de café que más se consume

Producto	Cantidad	Porcentaje
Expreso Clásico. (Taza de 45 ml)	234	62%
Capuchino. (Taza de 195 ml).	41	11%
Frappe (Vaso de 170 ml)	75	20%
Malteada de Café (Vaso de 260 ml)	27	7%
Total	377	100%

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 2. Productos a base de café que más consume



Según los datos aportados, se puede observar que el 62% de las personas consumen café expreso, seguido del frappe (20%), capuchino (11%) y malteada un 7%.

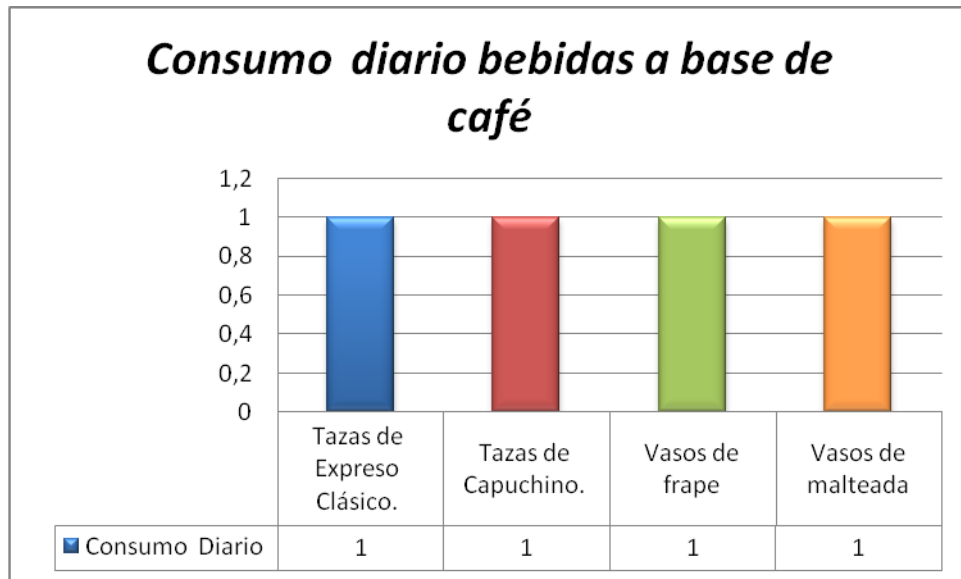
3. Consumo diario de las bebidas a base de café

Tabla 10. Consumo diario de las bebidas a base de café

Producto	Preferencia	Consumo Diario
Expreso Clásico. (Taza de 45 ml).	234	1
Capuchino. (Tazas de 195 ml)	41	1
Frappe (Vasos de 170 ml)	75	1
Malteada (Vasos de 160 ml).	27	1
Total	377	

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 3. Productos a base de café que consume



Con los resultados de esta pregunta la tienda puede estimar la producción y el tamaño de la demanda. Se puede observar el promedio de consumo semanal de bebidas a base de café es de 7 tazas y/o vasos por cada producto.

En los siguientes cuadros se presenta el consumo semanal y mensual por producto de acuerdo a las preguntas 2 y 3 de la encuesta correspondientes a preferencias y cantidades de consumo.

Tabla 11. Consumo semanal y mensual por producto

Producto	Consumo Semanal	Consumo mensual
Tazas de Espresso Clásico.	1.638	6.552

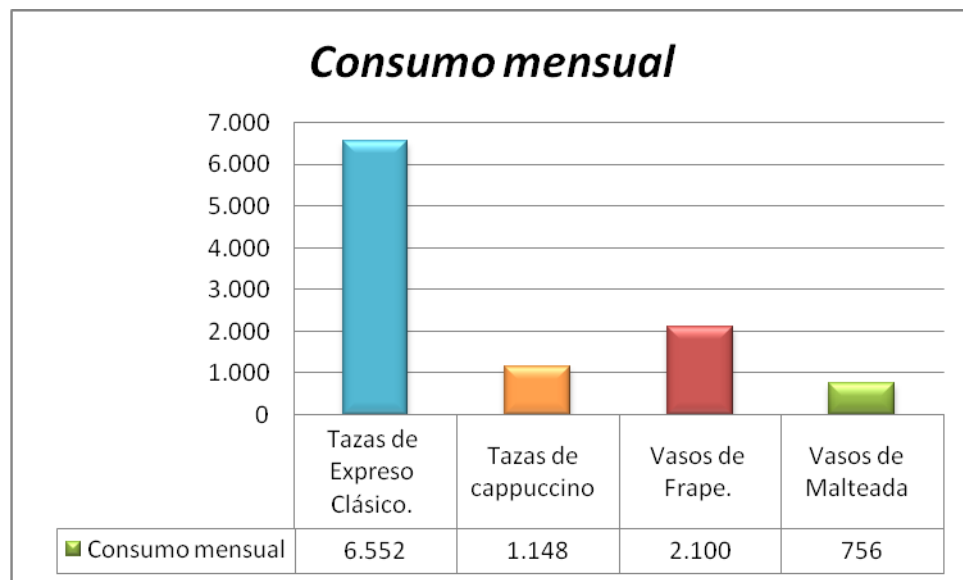
Producto	Consumo Semanal	Consumo mensual
Tazas de cappuccino	287	1.148

Producto	Consumo Semanal	Consumo mensual
Vasos de Frape.	525	2.100

Producto	Consumo Semanal	Consumo mensual
Vasos de Malteada	189	756

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 4. Consumo mensual por producto



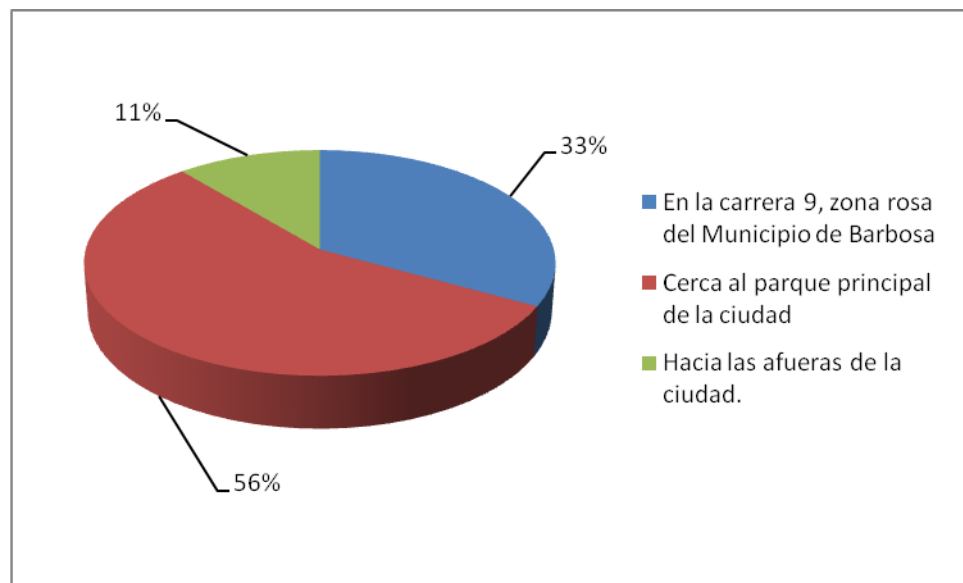
4. Sector para ubicar la tienda de café

Tabla 12. Sector para ubicar la tienda de café

Zona	Cantidad	Porcentaje
En la carrera 9, zona rosa del Municipio de Barbosa	124	33%
Cerca al parque principal de la ciudad.	211	56%
Hacia las afueras de la ciudad.	41	11%
Total	377	100%

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 5. Ubicación de la tienda



Esta pregunta es muy importante, pues determina el lugar en el cual le gustaría a los potenciales clientes que estuviera ubicada la tienda. Para la ubicación de la tienda se tiene que el lugar más adecuado es el parque con un 56%.

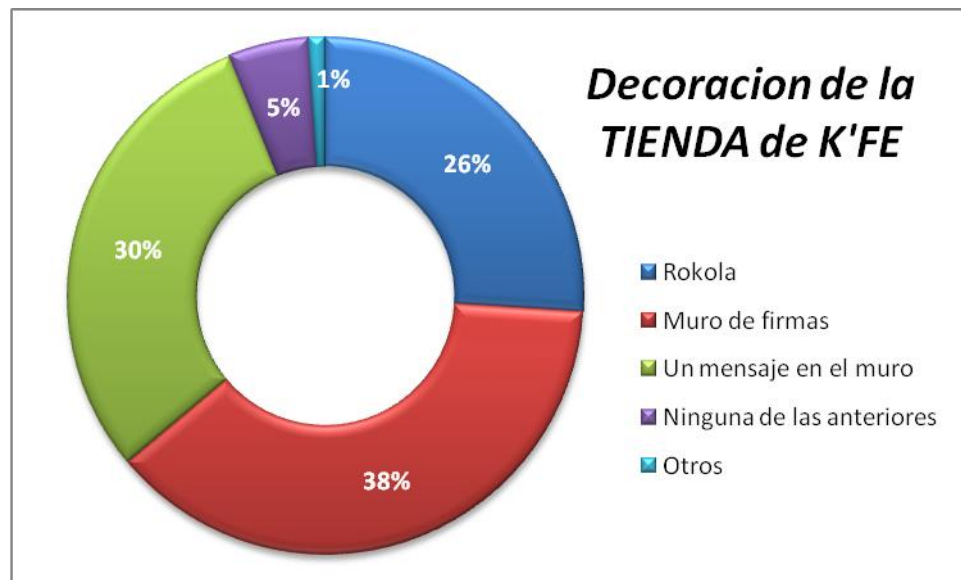
5. La decoración de la tienda

Tabla 13. Decoración de la tienda de café

Variables	Cantidad	Porcentaje
Rokola	98	26%
Muro de firmas	143	38%
Un mensaje en el muro	113	30%
Ninguna de las anteriores	19	5%
Otros	4	1%
Totales	377	100%

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 6. Decoración de la tienda de café



La idea de la propuesta de la tienda de café es crear un ambiente agradable en el cual los clientes se sientan identificados y deseen volver, el 38% opinan que les gustaría tener un muro de firmas dentro de la tienda. Lo que significa que la tienda debe tener un muro de firmas para sus clientes.

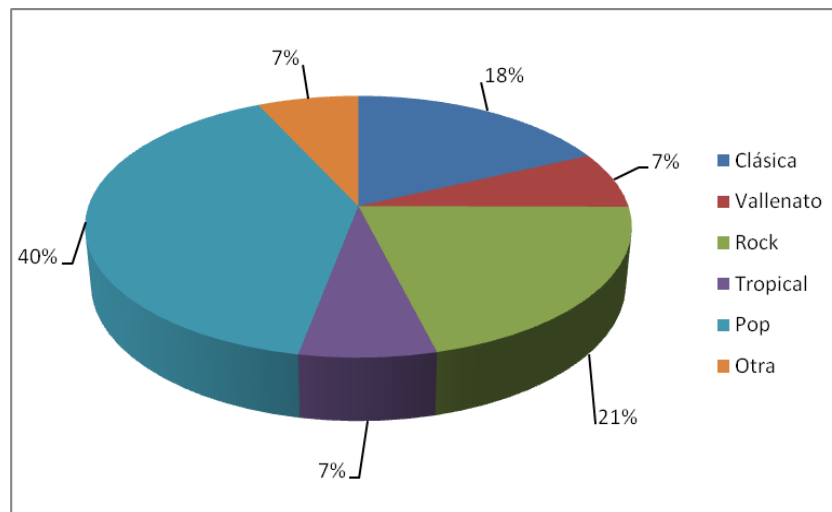
6. Música para la tienda de café

Tabla 14. Música para la tienda de café

Tipo	Cantidad	Porcentaje
Clásica	68	18%
Vallenato	26	7%
Rock	79	21%
Tropical	26	7%
Pop	151	40%
Otra	26	7%
Totales	377	100%

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 7. Música para la tienda de café



Con esta pregunta se logra determinar un complemento importante para la generación de valor de los clientes de la tienda, destacándose que la música preferida es el Pop con un 40%.

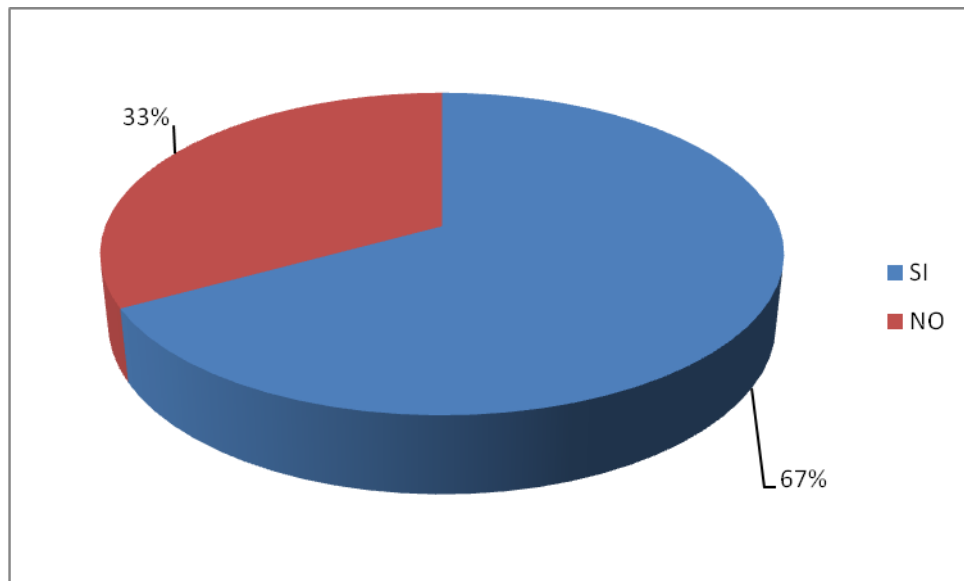
7. Música en vivo

Tabla 15. Música en Vivo

Variable	Cantidad	Porcentaje
SI	253	67%
NO	124	33%
Total	377	100%

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 8. Música en vivo



Los resultados de esta pregunta son importantes porque brindan la información para lograr una innovación en el servicio, el 67% de los encuestados opinan que les gustaría la música en vivo. Lo cual implica para la tienda que se debe programar la contratación de algunos grupos de música en vivo.

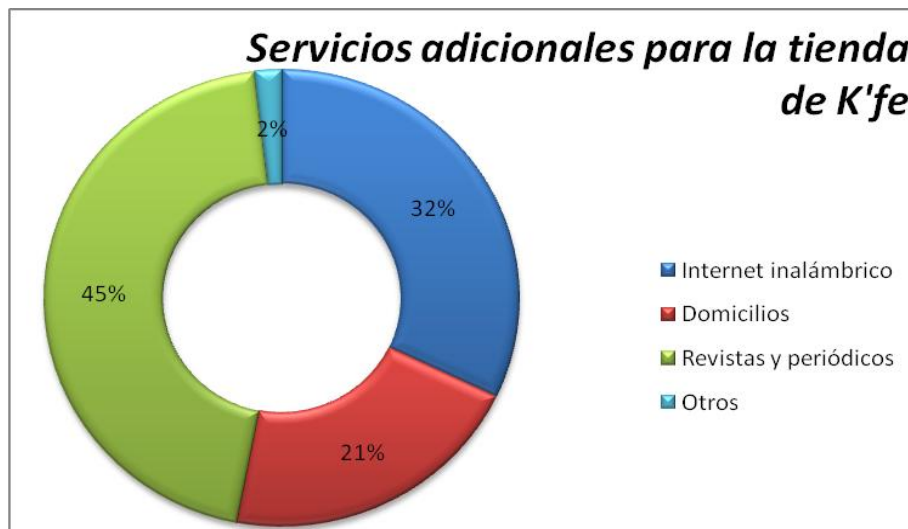
8. Servicios adicionales para la Tienda de Café

Tabla 16. Servicios adicionales

Servicio	Cantidad	Porcentaje
Internet inalámbrico	121	32%
Domicilios	79	21%
Revistas y periódicos	170	45%
Otros	7	2%
Totales	377	100%

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 9. Servicio adicional en la Tienda de Café



Se busca crear una estrategia que permita identificar los servicios adicionales que aumente el interés de los clientes que visiten la tienda, entre ellos 45% muestran su interés por revistas y periódicos. Sin embargo no hay que descartar que, el internet inalámbrico con un 32% y los domicilios no son tan difíciles de adaptar y ofrecer en la tienda.

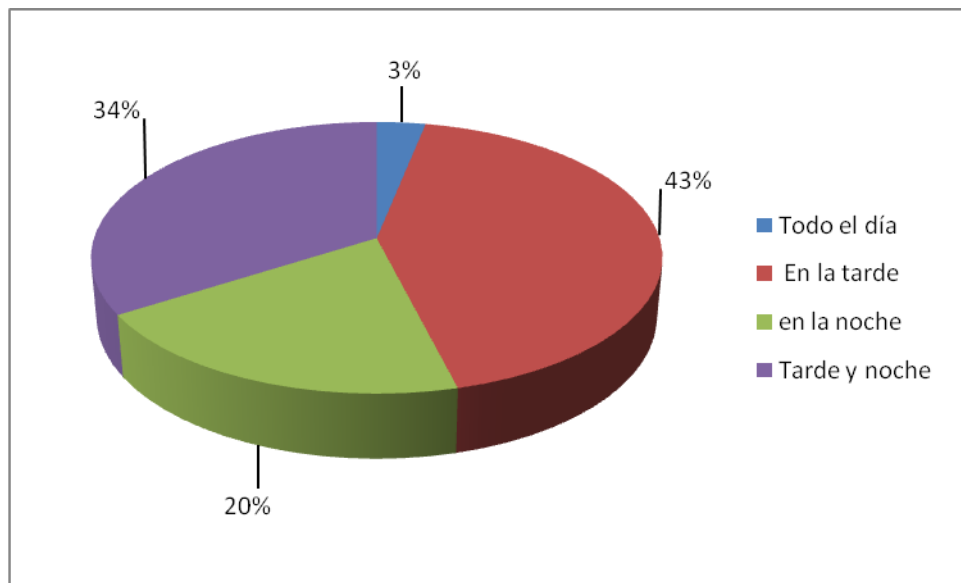
9. Horario de atención

Tabla 17. Horario de atención

Horario	Cantidad	Porcentaje
Todo el día	11	3%
En la tarde	172	43%
en la noche	75	20%
Tarde y noche	128	34%
Totales	377	100%

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 10. Horario en la Tienda de Café



Los resultados obtenidos por esta pregunta muestran que el 43% de los encuestados desean que la tienda esté abierta en la tarde. Pero no hay que descartar que un horario óptimo fuera el de tarde y noche con un 34%.

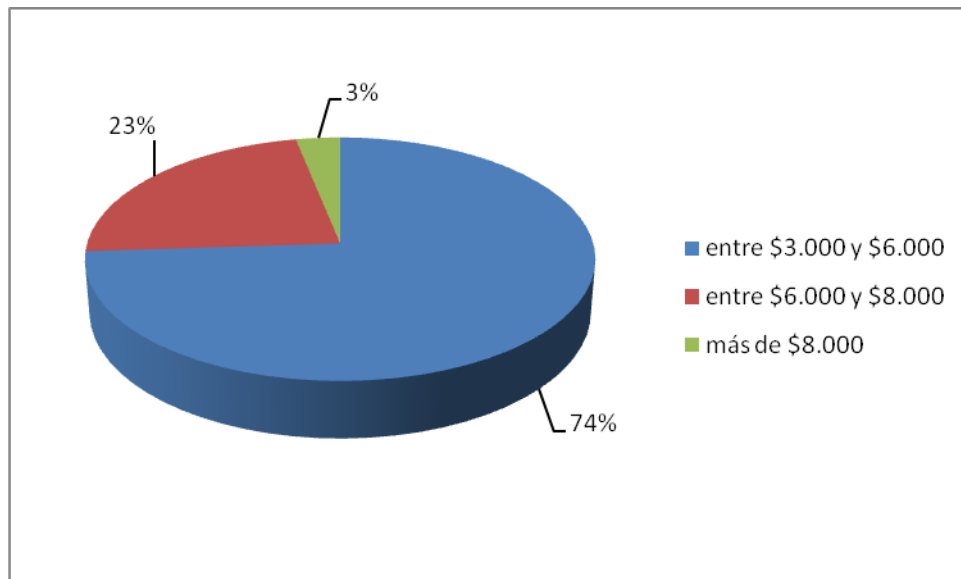
10. Precio de las bebidas a base de café

Tabla 18. Precio Frappe

Precio	Cantidad	Porcentaje
entre \$3.000 y \$6.000	279	74%
entre \$6.000 y \$8.000	87	23%
más de \$8.000	11	3%
Total	377	100%

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 11. Precio del Frappe



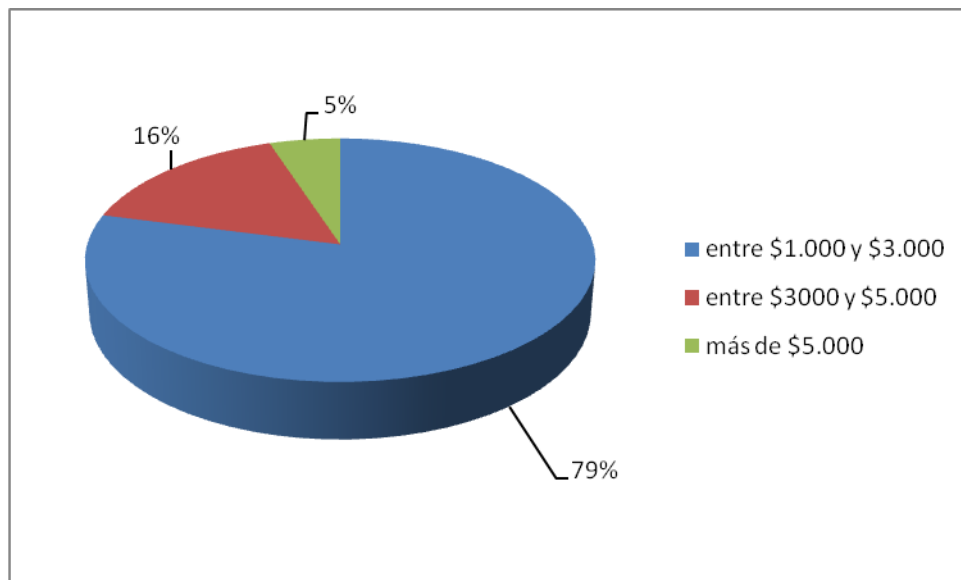
De acuerdo a los datos obtenidos en la cuenta se determina que el 74% de los clientes está en capacidad de pagar entre \$3.000 y \$6.000 por un Frappe. El valor promedio de adquisición sería de \$4.500. Los resultados de esta pregunta son importantes para determinar y fijar los precios de las bebidas a base de café.

Tabla 19. Precio Espresso Clásico

Precio	Cantidad	Porcentaje
entre \$1.000 y \$3.000	298	79%
entre \$3000 y \$5.000	60	16%
más de \$5.000	19	5%
Total	377	100%

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 12. Precio Espresso Clásico



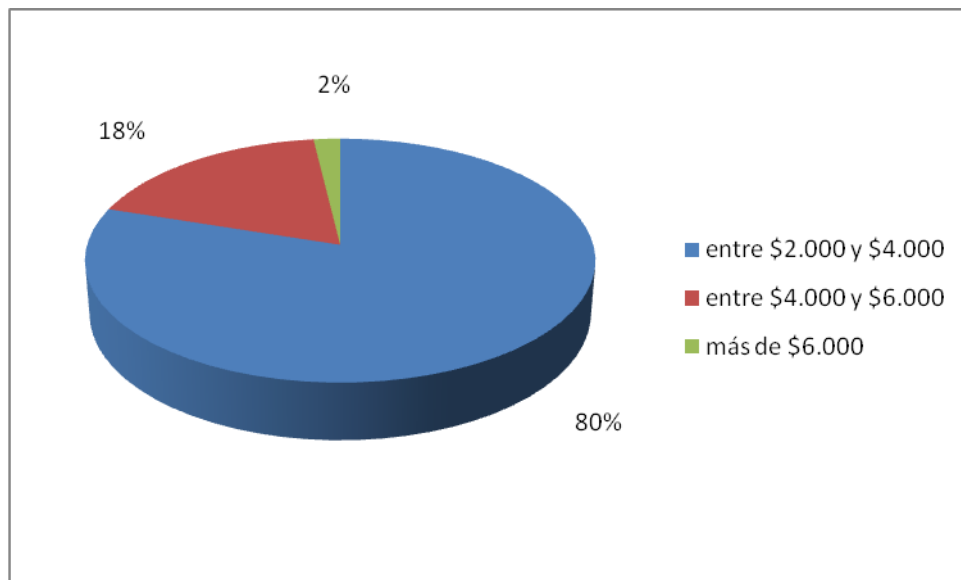
En cuanto al precio de espresso clásico se observa que el 79% estaría en disponibilidad de pagar entre \$1.000 y \$3.000, donde el precio promedio corresponde a \$2.000 por taza. Es indispensable saber la disponibilidad de pago de los clientes para establecer precios en el mercado.

Tabla 20. Precio Malteada

Precio	Cantidad	Porcentaje
entre \$2.000 y \$4.000	302	80%
entre \$4.000 y \$6.000	68	18%
más de \$6.000	8	2%
Total	377	100%

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 13. Precio Malteada



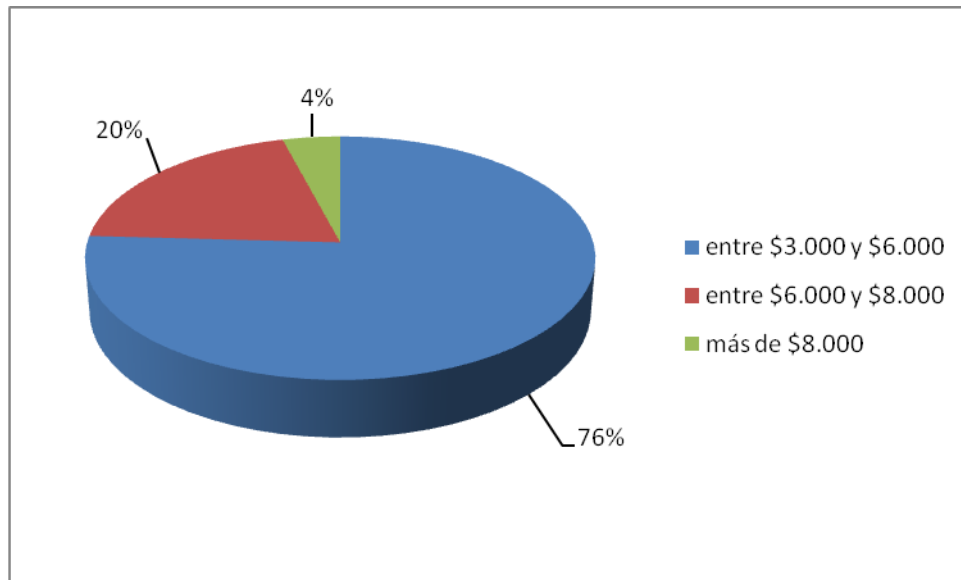
La preferencia en el precio de la mateada se encuentra entre el rango de \$2.000 a \$4.000, reflejado en la respuesta del 80% de los encuestados. El promedio de pago sería de \$3.000 por vaso. Estos precios son acordes a los establecidos previamente en el mercado.

Tabla 21. Precio Capuchino

Precio	Cantidad	Porcentaje
Entre \$3.000 y \$6.000	287	76%
Entre \$6.000 y \$8.000	75	20%
Más de \$8.000	15	4%
Total	377	100%

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 14. Precio Capuchino



A nivel del precio del capuchino, se precisa que el 76% de los encuestados estaría en disponibilidad de pagar entre \$3.000 y \$6.000, donde el valor promedio de adquisición sería de \$4.500 por taza.

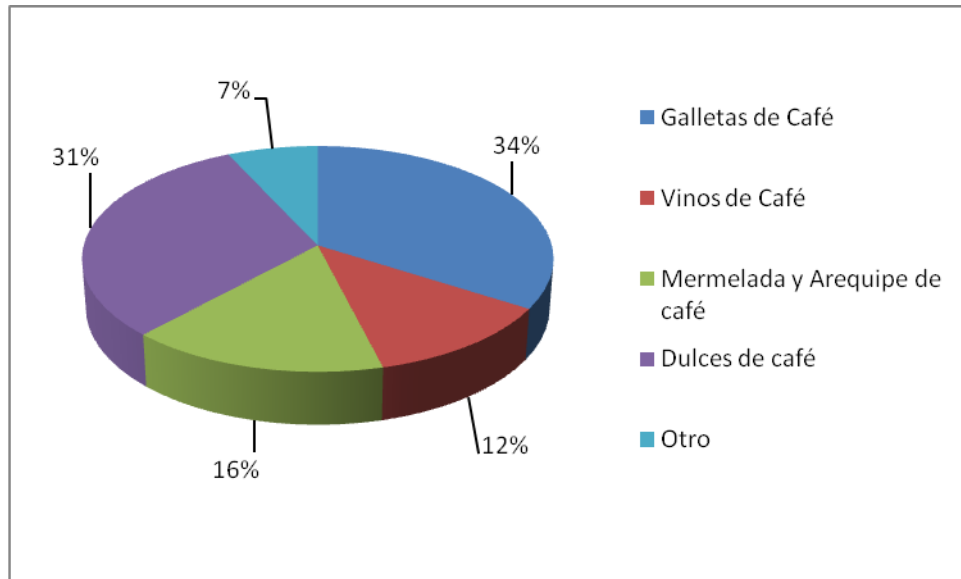
11. Productos adicionales en la Tienda de Café

Tabla 22. Productos adicionales en la Tienda de Café

Producto	Cantidad	Porcentaje
Galletas de Café	128	34%
Vinos de Café	45	12%
Mermelada y Arequipe de café	60	16%
Dulces de café	117	31%
Otro	26	7%
Total	377	100%

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 15. Productos adicionales la Tienda de café



Como resultado de esta pregunta se infiere que la tienda puede ofrecer otro tipo de productos, tales como galletas, Arequipe y vino que harían más atractivo el proyecto.

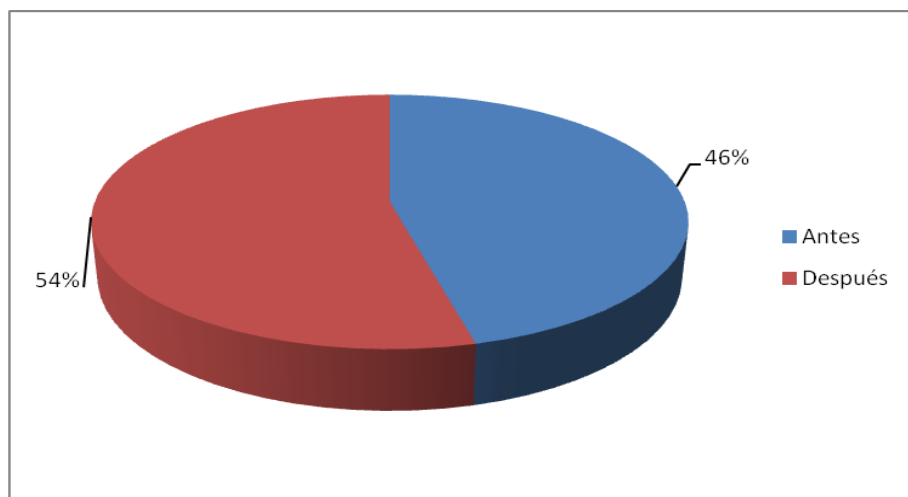
12. Cobro

Tabla 23. Cobro del servicio

Variable	Cantidad	Porcentaje
Antes	173	46%
Después	204	54%
Totales	377	100%

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 16. Cobro



Es una pregunta importante, ya que para la mayoría de los encuestados la opción de pagar antes del consumo les incomoda, pues no es una práctica común en los establecimientos locales.

Lo que implica el que el método para cobrar el servicio en la tienda debe ser el tradicional después del consumo.

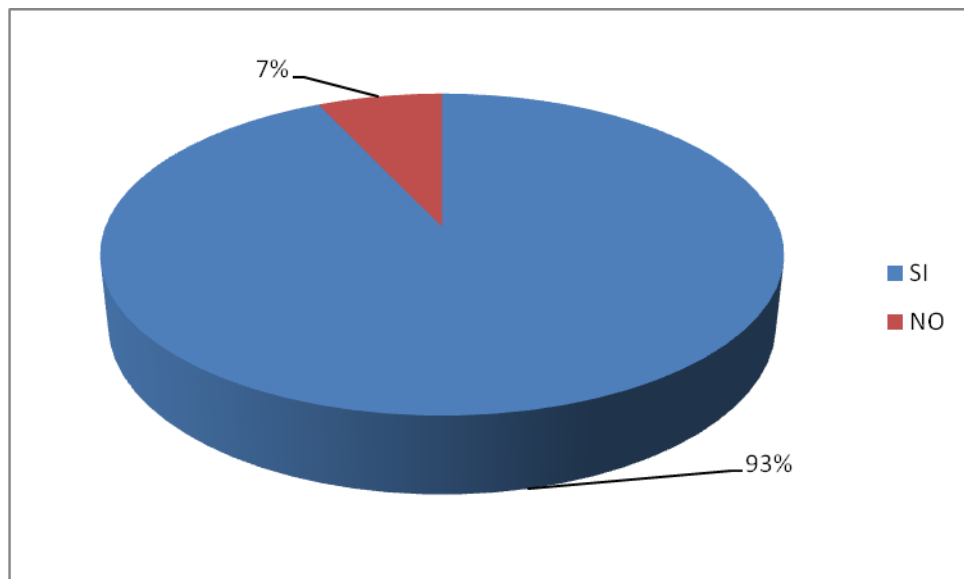
13. Uniformes para la tienda

Tabla 24. Uniformes para el personal

Variable	Cantidad	Porcentaje
Si	351	93%
No	26	7%
Total	377	100%

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 17. Personal uniformado la Tienda de Café



Con esta pregunta se pretende lograr que los clientes tengan una visión agradable de los vendedores generando recordación de marca. Para la tienda debe convertirse en una estrategia que le permita que los clientes se identifiquen con la marca y la reconozcan cuando la vean.

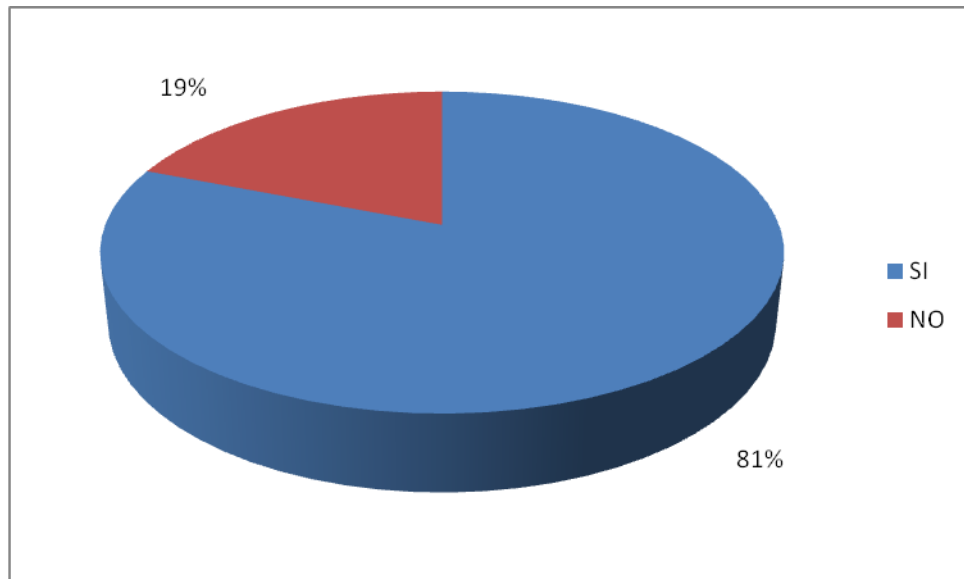
14. Empaques para obsequiar algunos de los productos a base de café

Tabla 25. Empaques para obsequios

Variable	Cantidad	Porcentaje
Si	305	81%
No	72	19%
Total	377	100%

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 18. Empaques para obsequios la Tienda de Café



Como se puede observar, los resultados obtenidos en esta pregunta sirven para crear valores agregados como la diferenciación y la opción no solo de un producto de consumo sino como un obsequio en empaque rústico de lienzo con cabuya de fique ideal para un recordatorio o suvenir.

2.4.2 Estimación de la demanda. La estimación de la demanda se calcula teniendo en cuenta las cantidades de bebidas a base de café que las personas mayores de 15 años de la población está dispuesta a comprar de acuerdo a la investigación de mercados y analizada en detalle; se puede hacer la estimación

de la demanda total de mercado acorde con el promedio diario de consumo de la siguiente manera:

Tabla 26. Promedio consumo

Producto	Cantidad de clientes	Cantidad de consumo semanal	Cantidad de consumo mensual
Tazas de Espresso Clásico	12.157	72.942	291.768
Fuente: Población objetivo.			
Producto	Cantidad de clientes	Cantidad de consumo semanal	Cantidad de consumo mensual
Capuccino 195 ml	2.157	12.942	51.768
Fuente: Población objetivo.			
Producto	Cantidad de clientes	Cantidad de consumo semanal	Cantidad de consumo mensual
Frappe 170 ml	3.922	23.532	94.128
Fuente: Población objetivo.			
Producto	Cantidad de clientes	Cantidad de consumo semanal	Cantidad de consumo mensual
Malteada de Café 260 ml	1.372	8.232	32.928
Fuente: Población objetivo.			

Acorde con el promedio día de la demanda se estipulan la demanda mensual (multiplicado por 30 días) y anual (por 12 meses) de la siguiente manera:

Tabla 27. Estimación de la demanda (anual por tazas y/o vasos)

Detalle	Demanda mensual	Demanda año
Tazas de Espresso Clásico	291.768	3.501.216

Detalle	Demanda mensual	Demanda año
Tazas de Cappuccino	51.768	621.216

Detalle	Demanda mensual	Demanda año
Vasos de Frappe	94.128	1.129.536

Detalle	Demanda mensual	Demanda año
Vasos de Malteada	32.928	395.136

2.4.3 Evolución histórica de la demanda del producto. Las tiendas de café han tenido su mayor auge en las grandes ciudades, esta es una de las razones por las cuales no se conoce mucho acerca de este tipo de empresas en los municipios con bajo índice poblacional, pero es una nueva forma de ofrecer un servicio diferente y variedad de bebidas a base de café, lo ideal es ofrecer un paquete de servicios en los cuales los clientes inviertan con mayor frecuencia su tiempo y el dinero.

Debido a la propuesta de un servicio nuevo para el municipio y con un modelo de prestación de los servicios diferente a los modelos tradicionales, gracias a la combinación de factores como presentación, combinación y variedad tanto en el servicio como en los productos.

Importante para el municipio y la región es el sector comercial ya que abastece el mercado local y regional con productos como ropa, calzado y abarrotes. En su gran mayoría se compone de pequeños almacenes que garantizan trabajo a sus propietarios y generan una pequeña demanda en mano de obra.

Otros sectores son el Bancario y educativo, los cuales en los últimos años se han expandido ofreciendo posibilidades de estudios superiores a los habitantes de la región.

2.4.4 Proyección de la demanda. Al analizar el índice crecimiento general de la población según datos de la oficina de Planeación de Barbosa se tiene un crecimiento general del 2.3%.

Tabla 28. Proyección de la demanda

Detalle	Año 0	año 1	año 2	año 3	Año 4	año 5
Crecimiento %		2,30%	2,30%	2,30%	2,30%	2,30%
Tazas de Espresso Clásico*	3.501.216	3.581.744	3.664.124	3.748.399	3.834.612	3.922.808

*45 ml.

Detalle	Año 0	año 1	año 2	año 3	Año 4	año 5
Crecimiento %		2,30%	2,30%	2,30%	2,30%	2,30%
Tazas de Cappuccino*	621.216	635.504	650.120	665.073	680.370	696.019

*195 ml.

Detalle	Año 0	año 1	año 2	año 3	Año 4	año 5
Crecimiento %		2,30%	2,30%	2,30%	2,30%	2,30%
Vasos de Frappe*	1.129.536	1.155.515	1.182.092	1.209.280	1.237.094	1.265.547

*170 ml.

Detalle	Año 0	año 1	año 2	año 3	Año 4	año 5
Crecimiento %		2,30%	2,30%	2,30%	2,30%	2,30%
Vasos de Malteada*	395.136	404.224	413.521	423.032	432.762	442.716

*260 ml.

2.5 OFERTA

2.5.1 Necesidades de Información. La obtención de información acerca de los competidores es de vital importancia, para la toma de decisiones en la empresa, además sirve de instrumento para la toma de medidas con respecto a la factibilidad de la creación de la nueva empresa, por lo tanto se hace necesario conocer:

En primera instancia es necesario el análisis de los diferentes tipos de servicios ofrecidos por la competencia para poder identificar las necesidades y las oportunidades que ofrece el medio.

- De igual manera es indispensable realizar un estudio entre los oferentes, con el fin de poder identificar las ventajas y desventajas de los competidores, análisis que servirá posteriormente para establecer las estrategias y herramientas que permitan a la empresa entrar a competir en el mercado y posicionarse a nivel local y regional.
- Es necesario la identificación de los posibles proveedores, con el fin de poder realizar un análisis de financiamiento, medición de costos y la posterior selección de cada uno de los proveedores de la empresa.
- Es necesario realizar un estudio de precios manejados por la competencia, de acuerdo a cada uno de los tipos de servicios ofrecidos en materia de entretenimiento y esparcimiento, lo que permitirá clarificar el valor monetario de cada uno de los servicios ofrecidos dentro de la empresa.

2.5.2 Ficha técnica

Tabla 29. Ficha técnica de la oferta

1. Tipo de investigación.	<p>Exploratoria: Esta investigación recoge información con el propósito de evaluar la capacidad de oferta, oportunidades de ingreso y localización de un mercado objetivo.</p> <p>Descriptiva: porque es útil para conocer los medios que se pueden utilizar para la comercialización de los productos.</p>
2. Método de investigación	Inductivo, porque permite establecer la disposición de los establecimientos para la adquisición y/o comercialización de las bebidas a base de café.
3. Fuentes de información	Primaria: 1 empresa
4. Población	En Barbosa Santander hay 12 cafeterías, de las cuales solo una (1) empresa se considera como competencia directa por las características similares a las propuestas en el presente proyecto; dicho establecimiento se denomina Caramelo Espresso.
5. Técnicas de recolección de información.	Entrevista (ver anexo 2)
6. Instrumento	entrevista a propietario del establecimiento de tienda café
7. Modo de aplicación	Directa
8. Definición y población. Elemento de unidad de muestreo.	Censo, un solo oferente

2.5.3 Tabulación, presentación y análisis de la entrevista a la empresa competidora

1. Antigüedad del negocio

La empresa lleva 10 meses de funcionamiento en el Municipio de Barbosa, lo cual indica que es un negocio relativamente reciente.

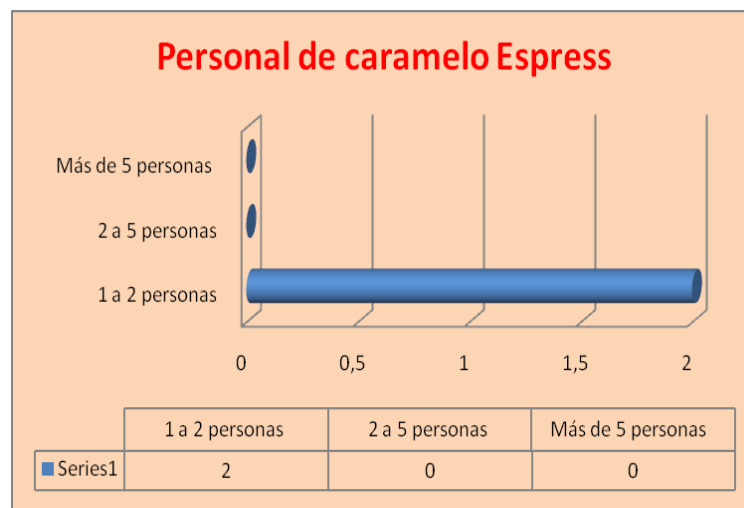
2. Empleados que laboran en la empresa

Tabla 30. Personal de la empresa

Empleados	Cantidad	Porcentaje
1 a 2 personas	2	100%
2 a 5 personas	0	0
Más de 5 personas	0	0
Total		100

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 19. Personal de la empresa



La oferta actual a nivel de empresa maneja un personal de 2 empleados que prestan el servicio de la tienda café, precisándose que si bien utilizan poco personal se debe a su baja demanda de la empresa.

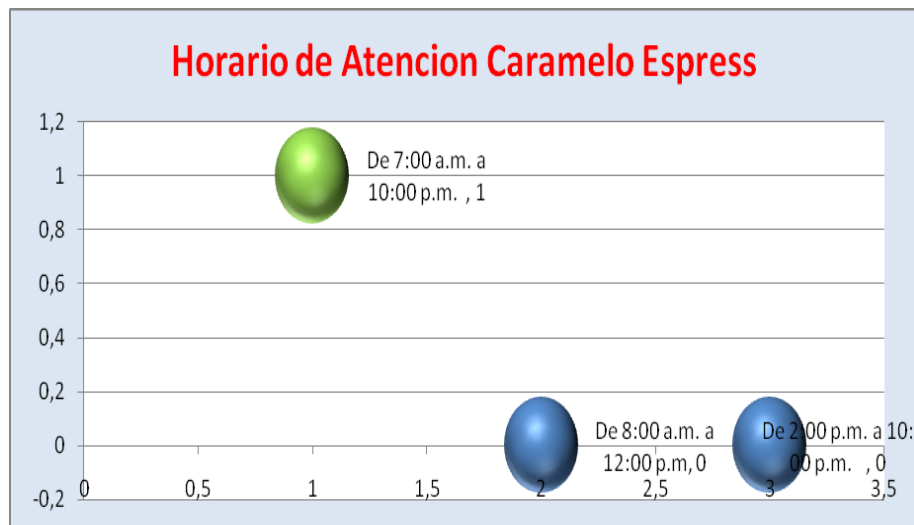
3. Horario de atención en caramelo espress

Tabla 31. Horario Caramelo Express

Horario	Cantidad	Porcentaje
De 7:00 a.m. a 10:00 p.m.	1	100%
De 8:00 a.m. a 12:00 p.m	0	0
De 2:00 p.m. a 10: 00 p.m.	0	0
Total		100

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 20. Horario Caramelo Express



La empresa maneja un horario desde la mañana hasta bien entrada la noche, lo cual es una ventaja para la misma.

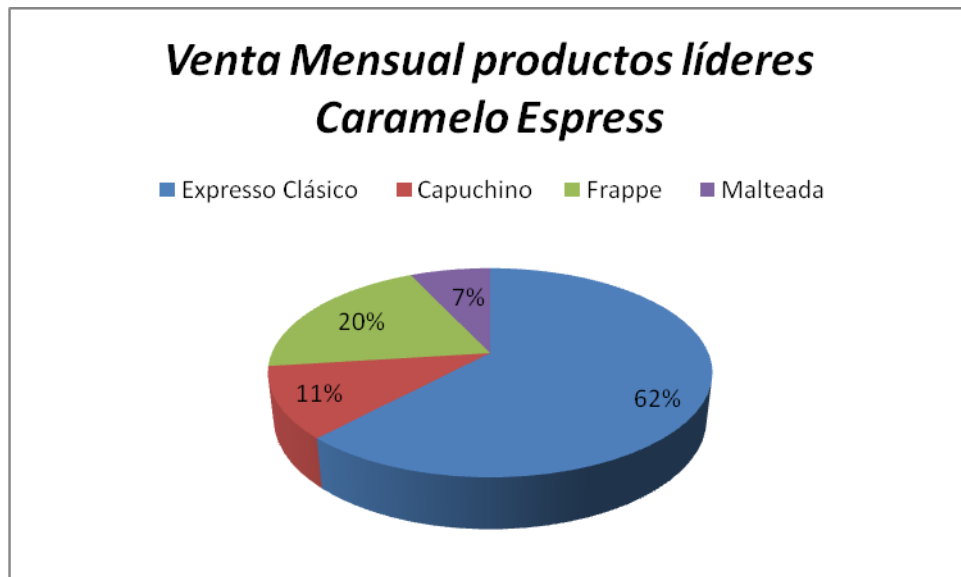
4. Venta mensual en promedio de productos líderes

Tabla 32. Venta mensual en promedios de Productos líderes Caramelo Express.

Bebidas	Cantidad	Porcentaje
Expresso Clásico (Tazas de 45ml)	95.352	62%
Capuchino (Tazas de 195 ml)	16.920	11%
Frappe (Vasos de 170 ml)	30.760	20%
Malteada (Tazas de 260 ml)	10.760	7%
Total		100%

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 21. Venta mensual de productos líderes Caramelo Express



De acuerdo a la encuesta el mayor porcentaje está dado por la aceptación del cliente a la bebida de café Espresso con un 62%, seguido por el frappe en un 20%, en tercer lugar se encuentra el cappuccino con un 11% y por último las malteadas con un 7%.

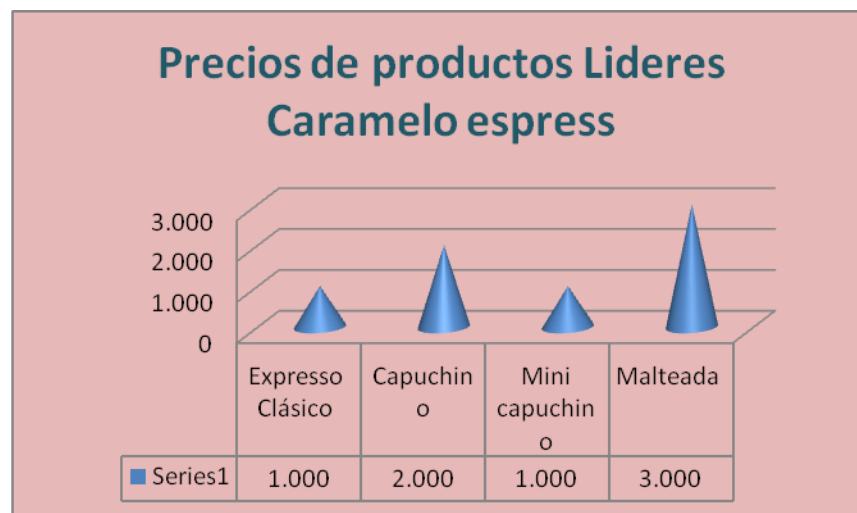
5. Precios promedios de los productos líderes

Tabla 33. Precios productos líderes Caramelo Express por tazas y/o vasos

Bebidas	Precio \$
Tazas de Espresso Clásico	\$ 1.000
Tazas de Capuchino	\$ 2.000
Mini capuchino	\$ 1.000
Vasos de Malteada	\$ 3.000

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 22. Precio de productos líderes Caramelo Express



Caramelo Express maneja precios asequibles al público en sus productos líderes, notándose que el precio más elevado es de \$3.000 en las malteadas y el más bajo es de \$1.000 en la bebida Espresso Clásico, lo que indica que el proyecto tiene una ventaja con precios competitivos.

6. Servicios adicionales en caramelo espress

Tabla 34. Servicios adicionales Caramelo Espresso

Servicios	Cantidad	Porcentaje
Domicilios	1	100%
Musica en vivo	0	0
Rokola	0	0
Internet	0	0
Total		100

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 23. Servicios Adicionales Caramelo Espresso



La empresa solamente ofrece servicio a domicilio, no ofrece servicios adicionales como la lectura de periódicos, revistas o música en rokola, lo que se convierte en una ventaja para la puesta en marcha de la empresa.

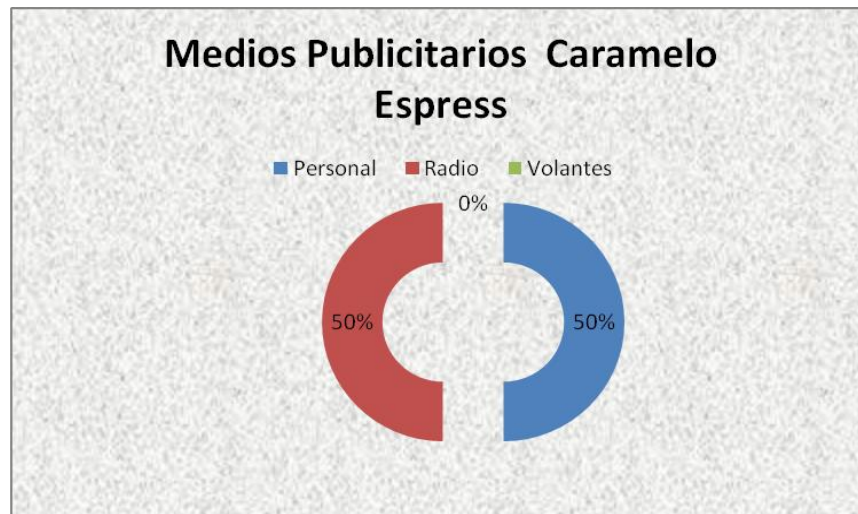
7. Medios publicitarios caramelo espress

Tabla 35. Medios publicitarios Caramelo Espress

Servicios	Cantidad	Porcentaje
Personal	1	50%
Radio	1	50%
Volantes	0	0
Pasacalles	0	0
Total		100

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 24. Medios publicitarios Caramelo Espress



La empresa da a conocer su negocio con publicidad radial y directamente con los clientes que la frecuentan.

8. Ventajas de la competencia. Al indagar en la entrevista al propietario acerca de las ventajas de la empresa en la actualidad, se observa que es el único establecimiento en el mercado que ofrece variedad de productos a base de café en el municipio de Barbosa Santander.

9. Desventajas de la competencia. En cuanto a las desventajas, se evidencia que su ubicación e instalaciones no son las adecuadas para la prestación de los servicios que ofrece.

Igualmente se tiene una publicidad muy baja lo que redundaría en que sus ventas sean bajas, pues solo tienen la invitación al cliente cuando llega al establecimiento.

10. Cambios en la empresa para su mejoramiento. En cuanto a los cambios que le otorgaría el propietario se encauza directamente en una reorganización del negocio para hacerlo más llamativo a los clientes acorde a sus preferencias, con un relanzamiento de sus productos a través de una mayor difusión no solo de medios radiales sino de otro tipo de publicidad como volantes, pancartas, promociones de lanzamiento, entre otros.

- **Estimación de la oferta.** De acuerdo a la encuesta realizada a la empresa Caramelo Espress, se tiene una oferta mensual 95.352 expresos, 16.920 capuchinos, 30.760 frappes y 10.760 de malteadas, lo que conlleva a que su oferta sea media en el mercado y por tanto crecerá en la medida que aumente el crecimiento poblacional.

Dicha afirmación se basa en la falta de información por parte de la competencia, debido a que es un establecimiento que lleva 10 meses en el mercado y no ha

realizado un seguimiento para establecer el crecimiento de la demanda, por lo tanto, para la estimación se asume el índice de crecimiento poblacional del 2.3%⁹.

Tabla 36. Estimación de la oferta

Empresa Caramelo Espress		
	Mensual	Anual
Tazas de Espresso	95.352	1.144.224
Tazas de Capuchino	16.920	203.040

Empresa Caramelo Espress		
	Mensual	Anual
Vasos de Frappe	30.760	369.120
Vasos de Malteadas	10.760	129.120

2.5.4 Análisis de la situación actual de la competencia. En Barbosa el establecimiento que ofrece bebidas a base de café presenta inconvenientes en materia de publicidad y sitio de esparcimiento privado. El casco urbano del municipio de Barbosa hasta hace algunos años no representaba gran atractivo para la creación de un lugar de una tienda café, con mayores servicios y acorde a los cambios en los hábitos de la población.

2.5.5 Proyección de la oferta. En el municipio de Barbosa Santander hay solo una empresa se considera como competencia directa por las características similares a las propuestas en el presente proyecto.

Se proyecta la entrada de dos nuevos competidores directos en Barbosa Santander, para la tienda de K'FE Ltda., quienes están realizando los trámites

⁹ ALCALDÍA DE BARBOSA. Oficina de Planeación Municipal. Arq. Andrea Álvarez – 2009.

legales correspondientes para su Constitución,¹⁰ dichas empresas pretenden mitigar la demanda insatisfecha.

Para el cálculo de la proyección de la oferta se tuvo en cuenta que Caramelo Espresso y las dos nuevas empresas crezcan en un 2.3% de acuerdo al crecimiento poblacional estimado.

Tabla 37. Proyección de la oferta (tazas)

Detalle	año 0	año 1	año 2	año 3	Año 4	año 5
Crecimiento %		2,3%	2,3%	2,3%	2,3%	2,3%
Espresso Clásico	3.432.672	3.511.623	3.592.391	3.675.016	3.759.541	3.846.010

Detalle	año 0	año 1	año 2	año 3	Año 4	año 5
Crecimiento %		2,3%	2,3%	2,3%	2,3%	2,3%
Taza Capuchino	609.120	623.130	637.462	652.123	667.122	682.466

Detalle	año 0	año 1	año 2	año 3	Año 4	año 5
Crecimiento %		2,3%	2,3%	2,3%	2,3%	2,3%
Frappe	1.109.360	1.132.829	1.158.884	1.185.539	1.212.806	1.240.701

Detalle	año 0	año 1	año 2	año 3	Año 4	año 5
Crecimiento %		2,3%	2,3%	2,3%	2,3%	2,3%
Vaso Malteada	387.360	396.269	405.383	414.707	424.246	434.004

Fuente: Autoras del proyecto

¹⁰ CÁMARA DE COMERCIO. Oficina Barbosa Santander.

2.6 RELACIÓN ENTRE LA OFERTA Y DEMANDA

Tabla 38. Relación entre oferta y demanda – Café Espresso (tazas 45 ml)

Año	Demanda anual	Oferta anual	Demanda insatisfecha
Año 1	3.501.216	3.432.672	68.544
Año 2	3.581.744	3.511.623	70.121
Año 3	3.664.124	3.592.391	71.733
Año 4	3.748.399	3.675.016	73.383
Año 5	3.834.612	3.759.541	75.071

Fuente: Autoras del proyecto

Tabla 39. Relación entre oferta y demanda – Capuchino (tazas 195ml)

Año	Demanda anual	Oferta anual	Demanda insatisfecha
Año 1	621.216	609.120	12.096
Año 2	635.504	623.130	12.374
Año 3	650.120	637.462	12.658
Año 4	665.073	652.123	12.950
Año 5	680.370	667.122	13.248

Fuente: Autoras del proyecto

Tabla 40. Relación entre oferta y demanda – Frappe (vasos 170 ml)

Año	Demanda anual	Oferta anual	Demanda insatisfecha
Año 1	1.129.536	1.107.360	22.176
Año 2	1.155.515	1.132.829	22.686
Año 3	1.182.092	1.158.884	23.208
Año 4	1.209.280	1.185.539	23.741
Año 5	1.237.094	1.212.806	24.288

Tabla 41. Relación entre oferta y demanda – Malteada (vasos 260 ml)

Año	Demanda anual	Oferta anual	Demanda insatisfecha
Año 1	395.136	387.360	7.776
Año 2	404.224	396.269	7.955
Año 3	413.521	405.383	8.138
Año 4	423.032	414.707	8.325
Año 5	432.762	424.246	8.516

Fuente: Autoras del proyecto

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El canal de comercialización se define como el camino o ruta seguida por los bienes desde su lugar de producción hasta el consumidor final, es decir, que existen intermediarios.

Según la figura 25, se detectó un canal de comercialización del productor al consumidor final.

Figura 25. Canal de comercialización



2.7.1 Estructura de los canales actuales. El canal de distribución de la competencia, es directo, debido a que, se realiza directa y por medio de la tienda especializada, en busca de satisfacer la demanda del mercado.

2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales

2.7.2.1 Ventajas

- Se presenta un seguimiento directo a los clientes, lo que permite identificar con facilidad sus necesidades.
- Los canales con intermediarios pueden presentar en cuanto a la prestación de los servicios, en el canal directo existente los establecimientos con los directos responsables y quienes obtienen el crédito de la labor prestada.
- Permite la comunicación directa con el cliente para establecer lazos que permitan, el compromiso entre cliente y empresa.

2.7.2.2 Desventajas

- Total responsabilidad de los errores cometidos
- Demanda mayor esfuerzo en el equipo de trabajo
- Necesidad de estricto cumplimiento en el tiempo de la prestación del servicio

2.7.3 Selección del canal de comercialización. Por la naturaleza de los servicios que se van a presta a través de la tienda de café, se utilizaran el canal directo, dicho canal fue seleccionado ya que se observó que la mejor forma de conocer y agradar a los clientes de la empresa es realizar la labor directamente en todas las áreas durante todo su ciclo de vida y no contratar ningún tercero, que en algún momento llega a distorsionar el propósito, las políticas y métodos

empleados por la empresa, que en general pretende realizar una labor que distinga a la empresa de las demás gracias a su excelente servicio al cliente.

2.8 PRECIO

2.8.1 Análisis de precios. Los precios del mercado coinciden con los precios establecidos por el único oferente en Barbosa Santander, Caramelo Express.

Tabla 42. Precios de la competencia

Bebidas	Precio
Expresso Clásico	1.000
Capuchino	2.000
Mini capuchino	1.000
Malteada	3.000

Fuente: Autoras del proyecto

2.8.2 Estrategias de fijación de precios. La estrategia de precios para la Tienda de café va a ser de precios altos comparados con los de la competencia directa (Caramelo Express), para lograr que la tienda adquiriera status y así mismo los visitantes se sientan importantes y reconocidos de esta forma se fija acorde a la competencia cuando los empresarios suelen aplicar un promedio de los precios de los competidores, buscando cierta posición entre criterios precio – costo y precio – mercado.

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

2.9.1 Objetivos

- Lograr estimular las ventas generando un interés por el conocimiento del nuevo servicio.

- Crear recordación de Marca en el consumidor para que este reconozca la marca en los diferentes lugares donde este expuesta.
- Lograr que la empresa tenga presencia en el mercado a través de la fidelización de los clientes brindándoles un producto y servicios con calidad.
- Lograr que la demanda logre el incremento del 2.3% proyectado.
- Crear una marca de la tienda representada en el logo y un slogan con colores que posean un significado original y significativo. Que sean representativos y le den identidad a la tienda.

2.9.2 Logotipo. El logotipo que utilizará la Tienda de café es un dibujo que tiene letras y símbolos que le sirven para dar identidad al establecimiento, será de fácil comprensión permitiendo una rápida fijación en la mente de los consumidores.

Figura 26. Logotipo de la Tienda de café



Tienda de café, **Kfé**, el nombre está relacionada con la materia prima principal, el café.

En la Tienda de Café Kfe se utilizará:

El blanco se le asocia con la frescura y la limpieza porque es el color de nieve. En la promoción de productos, el blanco puede utilizarse para comunicar simplicidad. El amarillo sugiere el efecto de entrar en calor, provoca alegría, estimula la actividad mental y genera energía muscular.

El es un color muy caliente, por lo que produce sensación de calor. Sin embargo, el naranja no es un color agresivo como el rojo.

La visión del color naranja produce la sensación de mayor aporte de oxígeno al cerebro, produciendo un efecto vigorizante y de estimulación de la actividad mental.

Es un color que encaja muy bien con la gente joven, por lo que es muy recomendable para comunicarse con ellos.

El rojo es un color muy intenso a nivel emocional y llamativo al cliente.

2.9.3 Slogan. “EL SABOR DE MI TIERRA”

Invita a que el consumidor tenga un contacto con la naturaleza, originando una sensación de tranquilidad con un ambiente natural, logrando transportar la imaginación a un medio de frescura y paz interior.

2.9.4 Análisis de medios. La publicidad busca aumentar las ventas de la empresa, al igual, que la demanda y así aumentar las utilidades, pero se debe persuadir a los posibles consumidores para que actúe favorablemente la aceptación de la nueva tienda de café Kfe, por eso se debe diseñar una campaña publicitaria determinando los elementos del proceso de comunicación a través de los cuales se desarrollará. Por ser promoción de introducción para dar a conocer el producto, se harán campañas de promoción y publicidad.

2.9.5 Selección de medios

- **Mercadeo directo:** se enviara un folleto informativo a los posibles consumidores.

- **Promoción de ventas.** La estrategia inicial para promocionar los productos se hará mediante degustaciones gratis en la tienda. Además de emplear una publicidad por perifoneo. Además de unas invitaciones personalizadas a algunos personajes representativos del municipio de Barbosa.

Por otro lado en la Tienda existirán unos exhibidores con unos productos con empaque de regalo para fechas especiales de los cuales se hacen degustaciones y promoción de los mismos productos.

De igual manera se harán cuñas radiales para promocionar el establecimiento.

2.9.6 Estrategias publicitarias

2.9.6.1 Estrategia de introducción. Se lanzarán los productos como el frappe, el capuccino y el granizado a un precio entre de \$3500, con diversa publicidad como volantes y tarjetas de presentación y promoción de ventas será la degustación del frappe, el cual será el producto estrella y lograr estimular la aceptación rápida en el mercado.

2.9.6.2 Estrategia de producto. Posicionamiento con base en los atributos, ya que el café se ha considerado desde mucho tiempo como una bebida de gran aceptación por eso se ofrecerán bebidas a base de café con helado, licores, que le den un toque diferente y especial.

Para lograr que el producto sea aceptado además de su excelente calidad y variedad, se requiere un buen servicio que se lograra con la capacitación de los personas que van a atender al público. Además ellos tendrán un uniforme, con el logo de la empresa.

Se Irán realizando encuestas, para atender las observaciones de los clientes.

2.9.6.3 Estrategia precio. La estrategia de precios que la tienda de Café “Kfe” desea implantar es un precio relativamente alto comparado con los de la competencia, para que genere prestigio en el consumidor, además del hecho de deleitarse con una buena taza de café en un lugar cómodo y agradable que le brinde un excelente servicio.

Lo que se busca es que los clientes sientan que no se paga por solo la bebida a base de café, sino que el visitar la tienda le genere cierto status y reconocimiento.

2.9.6.4 Estrategia de distribución. Distribución del productor al consumidor. Lo que se puede considerar como una ventaja competitiva ya que se podrá atender a las necesidades y sugerencias para mejorar, pero antes de esto hay que tener en cuenta que para que el producto logre su aceptación en el mercado, se debe tener claro las características de los clientes potenciales, conocer sus gustos y así desarrollar características diferenciales que logren cautivarlos y mantenerlos.

2.9.6.5 Estrategia de promoción de ventas. Para lograr la introducción y aceptación del producto, la tienda de café brindará en su inauguración pruebas de las diferentes bebidas a base de café ya que esto estimula el deseo de compra en los consumidores y los días viernes y sábados, incitar la compra a través de los eventos para los clientes como, las presentaciones de música en vivo, además de algunos descuentos en fechas especiales como el día de amor y la amistad y otros eventos.

Por otro lado se diseñaran unos exhibidores para el punto de venta que permitan mostrar otros productos a base de café como las galletas, vinos, dulces, Arequipe entre otros.

Además del diseño de aparadores semicerrados para que el cliente alcance a ver el interior de la tienda.

- Logo en los vasos
- Volantes
- Tarjetas
- Pendón
- Cuña radial

Lo que se busca con la publicidad de la tienda de café es modificar sus gustos y motivarlos para que prefieran las bebidas a base de café que la tienda puede ofrecerles, además Se fijara un aviso y una pancarta con el nombre del negocio, con el objetivo de que la imagen (logo y nombre) se permanezcan gravadas en la mente de las personas.

Figura 27. Diseño volantes



Fuente: Autoras del proyecto

2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción (operación)

Tabla 43. Presupuesto de publicidad y promoción (operación)

Publicidad	Valor
Cuñas radiales (Emisora RCN 3 Cuñas diarias mensuales)	\$1.500.000
Perifoneo (4 días a la semana durante un mes) (1 Hora diaria)	\$800.000
Volantes (1000 volantes en dos tintas)	\$700.000
Total	\$3.000.000

Fuente: Autoras del proyecto

2.9.7.1 De lanzamiento

Tabla 44. Presupuestos de lanzamiento

Publicidad	Valor
Decoración del lugar	\$1.000.000
Grupo musical con animación 4 horas en el día	\$1.000.000
Obsequio de cocteles	\$500.000
Cuñas Radiales de lanzamiento	\$400.000
Anuncio periódico	\$100.000
Total	\$3.000.000

Fuente: Autoras del proyecto

2.9.7.2 Operación

Tabla 45. Presupuestos de operación

Publicidad	Valor
Tarjetas de presentación	\$300.000
Volantes	\$200.000
Otros	\$100.000
Total	\$600.000

Fuente: Autoras del proyecto

2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

- De acuerdo al estudio de mercados se evidencia que la demanda insatisfecha anual de productos a base de café es en total de 110.592 tazas y/o vasos, de los cuales 68.544 corresponden a tazas de café espresso, 12.096 a tazas de capuchino, 22.176 a vasos de frappe y 7.776 a vasos de malteada.
- El proyecto arroja resultados claros sobre lo que el cliente desea en los productos y el servicio, a precios cómodos, pues no se puede negar, la facilidad que hoy día se presenta en el mercado para adquirir los productos a base de café y la gran cantidad de sustitutos de los productos que existen.
- Los precios del mercado para las bebidas a base de café son asequibles; las tazas de café espresso tienen un costo de \$1.000, el cappuccino \$2.000 y la malteada \$3.000.
- Acorde con los resultados obtenidos por el análisis del estudio de mercado para el proyecto de la tienda de café, se determinó que el competidor directo de la empresa aunque ofrecen bebidas a base de café, carecen de servicios

adicionales atractivos al consumidor, como: Rokola, muro de firmas, revistas variadas y periódicos.

- El proyecto presenta características de ambiente agradable y variedad en productos a base de café y que le hacen falta a la región, con una demanda insatisfecha que debe beneficiarse, por todo lo anterior y el estudio de mercados realizado se cree es viable el proyecto de la tienda de café.
- Según el estudio de mercados se puede determinar que los consumidores están dispuestos a pagar a precios promedios de la competencia, dado la categoría de los productos de café que son de fácil acceso a los consumidores.
- Por ser un producto de servicio directo el canal de comercialización más adecuado y el cual permitirá que el producto no sufra alteraciones en su estructura y en su costo es el canal de comercialización directo.
- Se diseñó un programa de promoción consistente en un logo, slogan, vallas, tarjetas de presentación, una carta de menú atractiva, degustaciones, evento de lanzamiento y música en vivo para el éxito del negocio.
- En síntesis, teniendo en cuenta el análisis de investigación de mercados otorgado por la oferta, la demanda y los canales de comercialización principalmente, se infiere que el proyecto de la tienda de café es viable desde el punto de vista del mercado.

3. ESTUDIO TÉCNICO

Este estudio determina la función de utilización óptima, eficiente y eficaz de los recursos disponibles, para la puesta en marcha de la tienda café que se va a crear en Barbosa – Santander, a través un análisis efectivo del servicio ofrecido, del tamaño y de la localización óptima del proyecto, además se lleva a cabo una investigación minuciosa de los equipos y la adecuación de las instalaciones que permitan prestar un servicio de calidad.

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Para la tienda café el tamaño del proyecto se determina de acuerdo a la capacidad de los cuatro diferentes servicios prestados y su demanda futura establecida, acorde con las proyecciones.

3.1.1 Descripción tamaño del proyecto

3.1.1.1 Espresso clásico. Teniendo en cuenta los datos obtenidos a través del estudio de mercado se determina una demanda insatisfecha de 68.544 tazas de 45ml al año.

3.1.1.2 Capuchino. De acuerdo a los datos obtenidos a través del estudio de mercado se establece una demanda insatisfecha de 12.096 tazas de 195 ml al año.

3.1.1.3 Frappe. Según los datos obtenidos a través del estudio de mercado se logra determinar una demanda insatisfecha de 22.176 tazas de 170 ml al año.

3.1.1.4 Malteada. De acuerdo a los datos obtenidos a través del estudio de mercado donde se identifica una demanda de 7.776 tazas 260 ml al año.

3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto

- **El tamaño del proyecto y los insumos.** Para la provisión del insumo principal no tendrá limitantes en este aspecto. El café que es el principal insumo se encuentra en por lo menos tres proveedores, distintos en el municipio.
- **Tamaño del proyecto y la tecnología y equipos.** Lo cual no limita el tamaño del proyecto ya que la inversión en equipos está disponible y estos se pueden adquirir con facilidad y con las capacidades adecuadas para el tamaño del proyecto.
- **El tamaño del proyecto y la localización.** Se contará con un local ubicado en la zona centro del municipio de Barbosa, el cual, brinda una adecuada ubicación para el acceso de los clientes, los proveedores e insumos.
- **El tamaño y el financiamiento.** El capital inicial para la puesta en marcha lo aportaran las dos socias, que actúan como Gestoras del proyecto por lo cual este factor no será un limitante para su tamaño.

3.1.3 Capacidad del proyecto. La capacidad del proyecto se define en cuanto a la totalidad de servicios que podrá prestar la tienda café, acorde con su capacidad definida por prestación de servicios deben tenerse en cuenta factores tales como la rotación diaria de cada uno de los servicios prestados, el volumen de clientes que acuden durante la semana.

Para ello debe hacerse análisis sobre: la capacidad total diseñada, la capacidad instalada, la capacidad utilizada y proyectada.

3.1.3.1 Capacidad total diseñada. Se identifica la capacidad total diseñada de acuerdo a la demanda insatisfecha:

Tabla 46. Capacidad total diseñada

Detalle	Tazas o vasos anuales	Tazas o vasos mensuales	Tazas o vasos semanales
Expresso Clásico	68.544	5.712	1.428
Capuchino	12.096	1.008	252
Frappe	22.176	1.848	462
Malteada	7.776	648	162

Fuente: Autoras del proyecto

3.1.3.2 Capacidad total instalada. Esta capacidad está determinada en base al nivel de generación de servicios posibles dentro del tiempo real de iniciado el proceso de producción de la tienda café de 90% de la demanda de la siguiente manera:

Tabla 47. Capacidad total instalada

Capacidad instalada diaria

Cantidad de sillas	Minutos laborados por día	Promedio permanencia clientes	Cantidad de Clientes	Cantidad de tazas.
24	8 h x 60 min = 480 min	30 minutos	480 min / 30 min permanencia = 16	16 clientes x 24 sillas = 384 tazas y/o vasos.

Fuente: Autoras del proyecto

De acuerdo a la preferencia y porcentaje de consumo identificado en el estudio de la demanda, se especifica el consumo de las diferentes bebidas a base de café para el estudio de la capacidad total instalada.

Tabla 48. Consumo de las diferentes bebidas de café

Producto	% Consumo.	Consumo diario	Consumo mensual	Consumo anual
Café expreso	62	238	5.712	68.544
Cappuccino	11	42	1.008	12.096
Frappe	20	77	1.848	22.176
Malteada	7	27	648	7.776

Fuente: Autoras del proyecto

3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada. La capacidad utilizada del proyecto es del 70% para el primer año sobre la capacidad instalada ya que se pretende tener una gran afluencia de clientes. Cabe anotar que se tiene además que la demanda aumente en la medida que aumente la población de Barbosa.

Es importante aclarar que no se toma el 100% de la capacidad instalada, teniendo en cuenta que el establecimiento no permanecerá completamente lleno durante todo el día, además se tiene en cuenta factores como el tiempo de permanencia de los clientes que cual es relativo.

Al final de proyecto, como se observa en la siguiente tabla, donde se proyectará un crecimiento en clientes para cada año del 2.3%, esto se logrará mediante la implementación de estrategias promocionales y publicitarias que permitirá aumentar las ventas, mejorar el posicionamiento de la empresa en la región y proyectar la tienda de café como una de las empresas líderes de la región en materia de pasatiempo, capaz de hacerse participe en el sector turístico, así como por el crecimiento poblacional de Barbosa.

Tabla 49. Capacidad proyectada utilizada

Detalle	Año 0	año 1	año 2	año 3	Año 4	año 5
Capacidad utilizada %	70%	70%	70%	70%	70%	70%
Expreso Clásico	47.997	49.101	50.230	51.386	52.567	53.776

Detalle	Año 0	año 1	año 2	año 3	Año 4	año 5
Capacidad utilizada %	70%	70%	70%	70%	70%	70%
Capichino	8.515	8.711	8.912	9.117	9.326	9.540

Detalle	Año 0	año 1	año 2	año 3	Año 4	año 5
Capacidad utilizada %	70%	70%	70%	70%	70%	70%
Frappe	15.483	15.839	16.203	16.576	16.957	17.347

Detalle	Año 0	año 1	año 2	año 3	Año 4	año 5
Capacidad utilizada %	70%	70%	70%	70%	70%	70%
Malteada	5.419	5.544	5.671	5.802	5.935	6.072

Fuente: Autoras del proyecto

3.2 LOCALIZACIÓN

La ubicación geográfica de la tienda café se definirá con base en factores que permitan generar mayores beneficios empresariales, factores tales como el acceso de los clientes, lugares de gran afluencia pública (especialmente zonas comerciales), cercanía al mercado más representativo de la región buscando la ampliación del mismo y la disponibilidad de los clientes en sus momentos de esparcimiento.

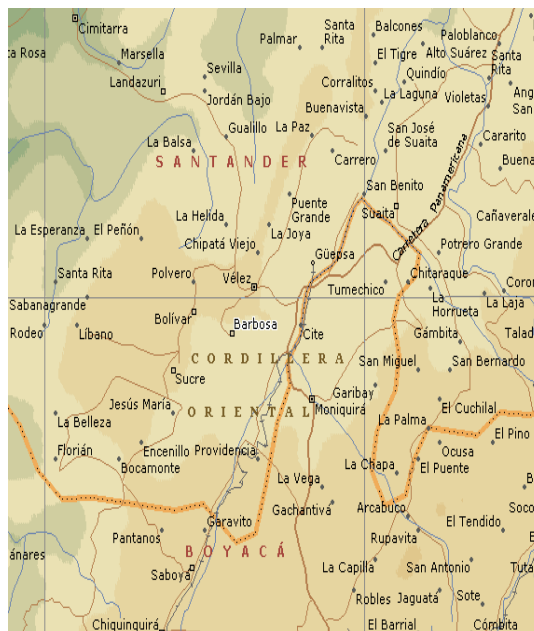
Otro factor determinante es la localización con base en la facilidad de acceso de los proveedores, además un punto fundamental es la disminución de los costos en cuanto a gastos publicitarios, dado que el objetivo es ubicarlo en la zona comercial y central del municipio.

3.2.1 Macrolocalización. En términos geográficos la ubicación de la empresa se decidió en base a factores representativos de cada uno de los municipios como:

- Nivel comercial
- Ubicación geográfica en vías nacionales
- Índice poblacional
- Región turística
- Cercanía a capitales principales

Se eligió el municipio de Barbosa – Santander, Colombia lugar que cuenta con las mejores condiciones y características previamente nombradas de la región, para la localización de la tienda café.

Figura 28. Mapa de ubicación de Barbosa - Santander



3.2.2 Microlocalización. La ubicación específica de la empresa corresponde al análisis de algunas variables que de una u otra forma beneficiarían o perjudicarían el desarrollo óptimo de los objetivos de la tienda café; como método de obtención se analizaron los factores más críticos buscando obtener la mayor satisfacción y el mínimo de costos.

Es fundamental realizar una evaluación del lugar en donde definitivamente se llevará a cabo el proceso empresarial; existen unas series de entidades y normatividad que regulan la ubicación de la empresa dentro o fuera de las ciudades, de forma particular y de acuerdo al Esquema de Ordenamiento Territorial del municipio de Barbosa se realizó un análisis para la ubicación.

La ubicación será en el centro del municipio de Barbosa en las siguientes alternativas:

- Carrera 8 No 17-25
- Carrera 9 N 9-54
- Carrera10 No 10 - 3

Tabla 50. Selección y definición de factor

Factor critico	Descripción del factor
F1. Costos de arrendamiento	Son los gastos mensuales causados por el uso de las instalaciones para prestar el servicio.
F2. Costos de Servicios públicos	Tener en cuenta la disponibilidad de los servicios y los gastos ocasionados por estos.
F3. Disponibilidad de recursos	Se basa en la facilidad y cercanía con que se cuenta para adquisición de recursos y entrega de materia prima.

Tabla 50. Selección y definición de factor (continuación)	
F4. Impacto sobre el medio ambiente	No afectará daños sobre el medio ambiente
F5. Horario de trabajo	Se refiere a los horarios en que se prestará el servicio.
F6. Impacto social	Grado de interés despertado en el público
F7. Cercanía al sector comercial	Cerca a las actividades comerciales, públicas y del sector privado
F8. Costo de infraestructura	Disponibilidad de recursos para la adecuación del local.

Fuente: Autoras del proyecto

- **División de los de factores en grados**

Factor 1- Costos de Arrendamiento:

- Muy costoso arrendamiento mensual mayor a \$1.2000.000
- Moderadamente costoso arrendamiento mensual (\$800.000 A \$1.000.000)
- Buen arrendamiento mensual, menor a \$800.000)

Factor 2 - Costos de servicios públicos

- Muy costoso mensualmente \$600.000
- Costoso mensualmente \$ 300.000 A \$600.000
- Buen costo mensualmente \$300.000

Factor 3 - Disponibilidad de recursos

- Poca disponibilidad: baja disponibilidad para la obtención de recursos en la región.
- Mediana disponibilidad: Existe disponibilidad para la obtención de recursos en un 50%

- Buena disponibilidad: Existe suficiente oferta de recursos para la prestación eficiente del servicio en la zona

Factor 4 - Impacto sobre el medio ambiente

- Medianas molestias: Produce contaminación acústica, originada por altos volúmenes de sonido, contaminación visual por las adecuaciones y publicidad del local.
- Pequeñas molestias: produce mínima contaminación acústica y visual.
- No presenta molestias: No trae consecuencias negativas al medio ambiente

Factor 5 - Horario de trabajo

- Jornada de trabajo limitado: existen algunas condiciones de seguridad o se presentan obstáculos para la utilización de servicios.
- Jornada normal: se puede laborar en un horario normal
- Jornada amplia y cómoda: existe la facilidad para la prestación del servicio en horarios Diurnos y Nocturno, sin que se presenten problemas de inseguridad o falta de servicios públicos.

Factor 6 - Impacto social

- Despierta poco interés
- Afluencia normal de público: por encontrarse en una zona central
- Despierta gran interés.

Factor 7 - Cercanía al sector comercial

- Distante: a más de 400 mts de distancia
- Cerca: entre 200 mts y 400 mts de distancia
- Muy cerca: a menos de 200 mts de distancia

Factor 8 - Costo de infraestructura

- Costosa infraestructura para la adecuación del local
- Costos moderados para la adecuación de local
- Buen costo para adecuación del local

Tabla 51. Ponderación de factores críticos

Factores	Ponderación		Puntuación de factores		
	Concepto		Puntaje		
				Ponderación	
F1	COSTO DE ARRENDAMIENTO			100	20%
	Grado 1: Muy costoso		25		
	Grado 2: Moderadamente costoso		60		
	Grado 3: Bueno		100		
F2	COSTOS DE SERVICIOS PÚBLICOS			65	13%
	Grado 1: Muy costoso		12		
	Grado 2: Costoso		38		
	Grado 3: Bueno		65		
F3	DISPONIBILIDAD DE RECURSOS			60	12%
	Grado 1: Poca disponibilidad		10		
	Grado 2: Mediana disponibilidad		35		
	Grado 3: Buena disponibilidad		60		
F4	IMPACTO SOBRE EL MEDIO AMBIENTE			35	7%
	Grado 1: medianas molestias		7		
	Grado 2: Pequeñas molestias		20		
	Grado 3: No presenta molestias		35		
F5	HORARIO DE TRABAJO			50	10%
	Grado 1: jornada de trabajo limitado		15		
	Grado 2: Jornada normal		30		
	Grado 3: Jornada amplia y cómoda		50		
F6	IMPACTO SOCIAL			40	8%
	Grado 1: Despierta poco interés		19		
	Grado 2: Afluencia normal de público		31		
	Grado 3: Despierta gran interés		40		
F7	CERCANÍA AL SECTOR COMERCIAL			50	10%
	Grado 1: distante		8		
	Grado 2: Cerca		32		
	Grado 3: Muy cerca		50		
F8	COSTO DE INFRAESTRUCTURA			100	20%
	Grado 1: Costoso		45		
	Grado 2: Costos moderados		75		
	Grado 3: Buen costo		100		
			500		100%

- **Determinación de la ubicación**

Tabla 52. Determinación de la Ubicación

Factor	Cra. 8 No 17-25		Cra. 9 No 9-54		Cra. 10 No 10 -3	
	Grado	Puntos	Grado	Puntos	Grado	Puntos
1	1	25	2	60	2	60
2	2	36	3	65	3	55
3	3	60	3	60	3	60
4	3	35	2	20	2	10
5	3	50	1	15	1	15
6	3	40	1	49	1	35
7	3	50	3	50	3	40
8	2	75	2	75	2	55
Totales		371		394		330

De acuerdo al anterior análisis se concluye que a pesar de que los tres lugares presentan óptimas condiciones para la ubicación de la tienda café, este debe ubicarse en la carrera novena por presentar mayores y mejores condiciones, según los factores críticos optados.

El sitio corresponde a una edificación central ubicada en la carrera 9 No 9-54, un lugar sobre el cual debe hacerse modificaciones para su adecuación. Este es un lugar ubicado en el corazón de la zona comercial Barboseña y con tránsito peatonal.

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto se basa en resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la tienda de café, dicho proceso implica resolver la descripción del proceso, la adquisición de los equipos y maquinaria, la distribución óptima de la planta.

3.3.1 Ficha técnica del servicio. La propuesta empresarial cuenta con una actividad económica donde ofrece la prestación de cuatro servicios de la siguiente manera:

Tabla 53. Ficha técnica del Servicio

Servicio principal	Tienda de café KFE
Diseño	Una empresa que presenta un espacio con una moderna decoración donde se ofrecen 4 tipos de servicios o bebidas las cuales son: café espresso, frappe, capuchino y malteadas. Con un horario de atención de 8 a 12 m y 3 p.m a 7 p.m, De Martes a Domingo.
Especificaciones técnicas	Mesas en acero inoxidable Muro de firmas Rocola Ambiente minimalista Calidad en el servicio.
Vida útil	El proyecto tiene una vida útil presupuestada de 5 años, en las condiciones iniciales a partir de allí, según análisis se pueden modificar o ampliar con los planes a futuro de aumento en la prestación del servicio.

3.3.2 Descripción técnica del proceso. El proceso básico aplicado en la prestación de los servicios de la tienda café, será de la siguiente manera:

- **Diagrama secuencial del proceso del servicio**

Tabla 54. Diagrama secuencial del proceso del servicio

Secuencia	Proceso
1	El cliente ingresa a la tienda.
2	Desplazamiento del mesero.
3	Dispone la mesa.
4	Elección del pedido por parte del cliente.
5	Desplazamiento del mesero.
6	El mesero hace la orden al barman.
7	Preparación de la bebida y revisión del producto solicitado.
8	Desplazamiento del mesero.
9	Entrega del pedido.
10	Recepción del pedido – cliente.
11	Consumo del pedido.
12	Pago del pedido.
13	Salida del cliente.

3.3.3 Diagrama de Flujo

Figura 29. Diagrama de recorrido atención al público

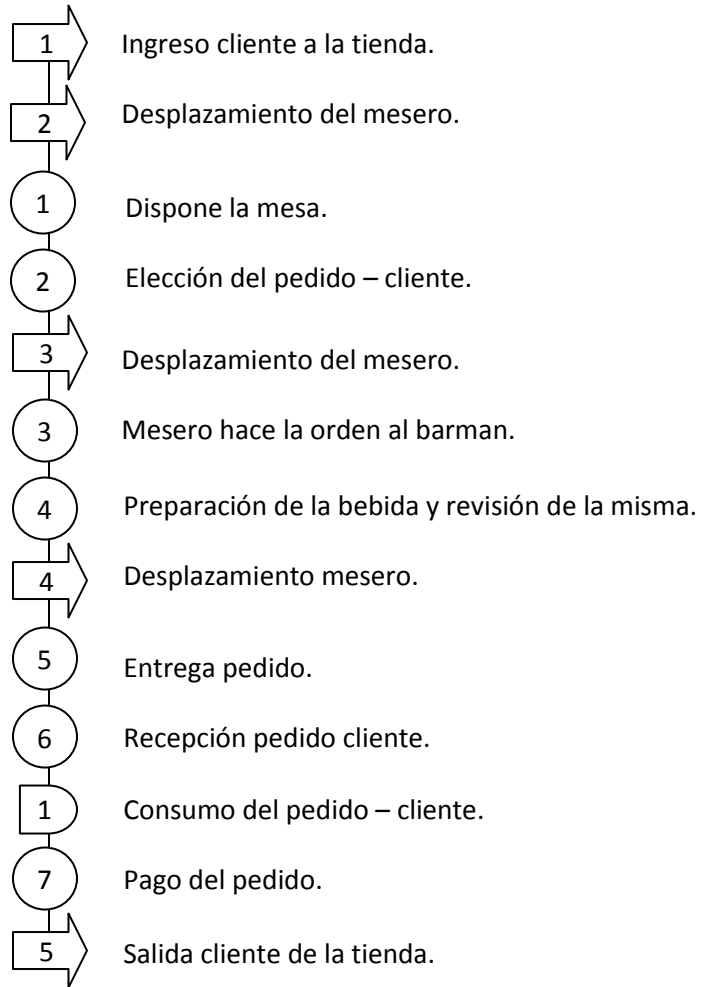
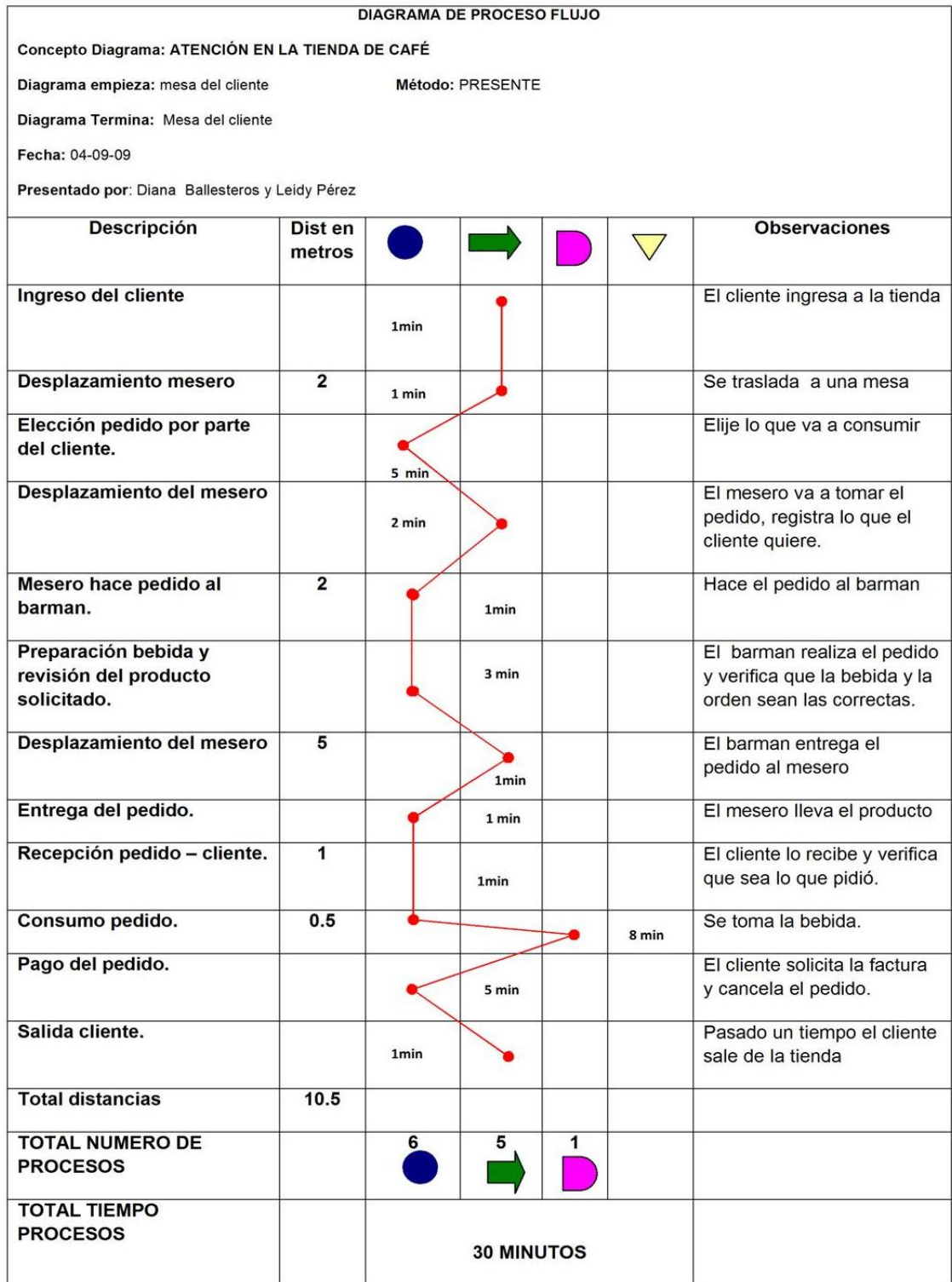


Figura 30. Diagrama de proceso de flujo



3.3.4 Manejo de desechos. La tienda de café, presentará una serie de desechos que deberán cumplir con el debido tratamiento tal y como lo exige la ley, para ello se acogerá a las disposiciones dadas por las entidades competentes en los decretos: 1713 de 2002 Gestión integral de residuos sólidos, 2104 del 26 de julio de 1983 reglamentación residuos sólidos y la resolución 541 del 14 de diciembre de 1994 resuelta por el ministerio del medio ambiente.

Es obligación para la tienda de café, el almacenamiento y la presentación de los residuos sólidos, acogiéndose a los respectivos programas implementados por los prestadores del servicio de aseo en el municipio.

La tienda de café, debe necesariamente presentar o entregar los residuos sólidos para la recolección de forma tal que se evite su contacto con el medio ambiente y con las personas encargadas de la actividad y deben colocarse en los sitios determinados para tal fin, con una anticipación no mayor de tres (3) horas a la hora inicial de recolección establecida para la zona.

Entre los residuos a almacenar por la tienda de café se encuentran:

- Plásticos
- Cartón
- Residuos Orgánicos (Originados por el servicio de comidas).

Es necesario implementar por parte de la empresa tareas de recuperación y aprovechamiento a través del reciclaje, la reutilización entre otros que le permitirá no solo a la tienda de café si no también a la comunidad en general de la región de la siguiente manera:

Racionalizando el uso y consumo de las materias primas provenientes de los recursos naturales.

La tienda de café no es ajena a la generación de vertimientos de tipo doméstico, para lo cual se acogerá a las exigencias y normatividad expuesta en el decreto 1594 de 1984 sobre el uso del agua y residuos líquidos.

La ley prohíbe completamente los vertimientos de residuos líquidos en las calles, calzadas o sistemas de alcantarillado para aguas públicas, de acuerdo a lo anterior debe realizarse los respectivos conductos que permitan conducir dichos vertimientos a los sistemas de alcantarillados de aguas negras o al sistema de control exigido.

Se utilizará un sistema de control de rejillas de grasas ya que la ley exige a los centros comerciales que presten servicios de comidas, la utilización de una de estas a fin de separar aquellas grasas que no pueden verterse libremente en el ambiente.

3.3.5 Control de calidad. La tienda café desarrollará procesos bajo un estricto control de calidad que serán implementados desde todas las áreas de producción y por todos y cada uno de los empleados del establecimiento.

La vigilancia del estricto control de calidad será establecida por el administrador de la empresa, a fin de constatar que los procedimientos se están realizando a cabalidad y según las exigencias de los clientes, se hace necesaria la aplicación de control de calidad cuyo objetivo es la mejora de la organización y la consolidación de Herramientas que le permitan desarrollar una estructura interna sólida y altos estándares de calidad competitivos frente a nuevos mercados.

La aplicación de las buenas prácticas de manufactura (BPM) en constituye una garantía de calidad e inocuidad que redundará en beneficio la empresa y del consumidor en vista de que ellas comprenden aspectos de higiene y saneamiento

aplicables en toda la cadena productiva, incluido el transporte y la comercialización de los productos.

- **Instalaciones.** Según el Decreto 3075 del ministerio de salud, las instalaciones de la empresa deben mantenerse limpias, libres de acumulación de desechos y basuras, polvo, tierra, y todo tipo de suciedades y contaminantes que puedan afectar la calidad de las bebidas elaboradas a base de café.

El diseño de planta de las instalaciones, permitirá la circulación del personal, el traslado y atención al cliente; por otra parte las instalaciones contarán con la decoración y ambiente adecuados para que los clientes se sientan a gusto mientras toman las bebidas a base de café.

Además, el lugar deberá contar con ventilación suficiente para evitar suciedades y malos olores en el lugar, también la iluminación debe ser adecuada, de esta manera se minimizará o evitará el cansancio y agotamiento visual provocado por deficiencias en las fuentes de iluminación.

- **Disposición de residuos.** Los desechos generados no corresponden al área de producción. Los materiales como cajas de cartón, bolsas plásticas, papel y demás desechos de este tipo se seleccionaran para ser reciclados.

- **Equipos.** Los equipos y herramientas utilizados para las diferentes actividades deben poseer las características requeridas para el óptimo desarrollo de dichas actividades, de ser necesario se realizarán mantenimientos periódicos para prolongar su vida útil.

- **Personal.** Durante el desarrollo de sus labores los empleados deberán mantener una esmerada limpieza e higiene personal y aplicar las buenas prácticas

higiénicas en sus labores, de manera que se evite contaminar o ensuciar los vestidos de baño desechables.

La Dirección de la Empresa tienda de café “KFÈ”, está comprometida a proporcionar recursos adecuados para implementar y mejorar los procesos del Sistema de Gestión para la Seguridad de las bebidas a base de café. y promover la satisfacción del cliente. El equipo de seguridad de alimentos u otro personal que realizan actividades que tengan un impacto en la seguridad de los alimentos son competentes y cuentan con la educación adecuada, entrenamiento habilidad y experiencia.

Procesos de atención

- La atención al cliente se desarrollará en la barra y en las mesas.
- En los carteles dispuestos en la barra, se informa al cliente de que la petición y el pago de su consumición se realiza por anticipado, por lo que el trabajador no abandonará su puesto tras la caja, excepto en los casos que se disponga más adelante.
- El pedido se toma en las facturas, en las que se apuntarán las bebidas a base de café, así como los acompañantes.
- El trabajador encargado de recoger el pedido, seguirá el orden de actuación que se redacta:
 - Entrega del pedido al chef encargado de la elaboración de las bebidas.
 - Sirve al cliente las bebidas que haya solicitado.

Recordar que la amabilidad y la sonrisa, jamás se puede perder ante el cliente, independientemente de los problemas que se tengan y puedan afectar la atención y servicio prestado.

Tabla 55. Formato procesos de atención

Formato proceso de atención				
Tipo de consumo	Capuchino	Café express	Frappe	Malteada
Cantidad				
Valor				
Totales				
Forma de pago	Contado		Crédito	
Factura no			Fecha:	
Entrega pedido				
Recibe pedido				

Procesos generales

- Aquel trabajador encargado del proceso de atención además, tendrá que hacerse cargo de las siguientes labores, siempre que no esté prestando atención al cliente:
- Recogida de los deséchales y copas de vidrio que los clientes puedan dejar en las mesas y su limpieza
- Ayudar al chef a revisar el inventario de materia prima.
- Mantenimiento de elementos como leches, vinos y demás en refrigeración, acorde con la previsión de la cantidad de clientela.
- Mantenimiento de los productos terminados, acorde con la previsión de la cantidad de clientela
- Mantenimiento del estado óptimo del local
- Estos procesos han de tenerse en cuenta siempre, pues estos afectan al rendimiento de todos los trabajadores.

Aunque de dichos procesos no hay un solo responsable, será el encargado del área productiva el que mayor atención prestará a ellos y señalará los procesos pertinentes que haya que realizar por los trabajadores en caso de que alguno de ellos pase inadvertido.

Procesos de salida. Una vez llegada la hora del cierre, se procederá con las siguientes actuaciones:

- En primer término, se recogerán las mesas y sillas para ser retiradas, se limpiarán con paño y detergente. Después serán apiladas dentro de la zona de atención al cliente.
- Seguidamente, se retirarán todos los elementos de elaboración teniendo en cuenta lo siguiente:
 - Los elementos de los frascos de refrigeración, así como los desechos serán retirados y depositados en los cubos de basura dispuestos para tal efecto.
 - Los restantes elementos que no sean perecederos se dispondrán en el lugar destinado para ellos en las neveras y estanterías correspondientes.
 - Limpieza y lavado de las copas y restantes utensilios usados durante la elaboración de los productos.
 - A continuación se procederá al cerrado de las puertas de acceso y al bajado de las rejas de seguridad, excepto la puerta trasera de servicio, que será usada por el personal para abandonar el local.
 - Limpieza de los suelos y de las áreas de atención al cliente
 - Reposición de bebidas en las neveras
 - Apagado de las máquinas, y restantes elementos eléctricos que no sean las neveras
 - Arqueo de caja
 - Bajada de todas las palancas del cuadro de luz. Se bajarán todas las palancas excepto la situada en último lugar en el extremo derecho y marcada con un punto blanco encima
- Cierre del local.

Procesos generales.

- Este proceso afecta, especialmente, al tratamiento del dinero en lo que respecta a las cuestiones de seguridad.
- Se harán cierres diarios teniendo en cuenta inventario y de caja.

Será el administrador (a) se encargará de su incorporación en su puesto de trabajo, de retirar el dinero, ubicar en caja el dinero necesario para la actividad, dejar en la oficina el cambio necesario para la jornada.

Tabla 56. Formato procesos de salida

Formato procesos salida				
Inventario inicial	Materia prima	Desechables	Vino	Otros
Cantidad				
Totales				
Inventario final				
Cantidad				
Totales				
Ventas	Capuchino	Café express	Frappe	Malteada
Cantidades				
Totales				
Saldo en caja				
Quien recibe				
Quien entrega				
Fecha recibido				
Hora de recibido				

3.3.5.1 Auditorías internas de la calidad

Objeto. El objetivo es determinar la forma y plazos en las que se realizarán las diferentes revisiones de este manual de calidad y de procedimientos que se deben seguir.

Alcance. Será aplicable a todas las áreas que abarque este manual de calidad y procedimiento, bajo la responsabilidad del director de calidad.

Referencias

Todo el manual de calidad

Todo el manual de procedimiento

Plazo de las auditorías Internas

- La primera auditoria se realizará al mes de establecimiento de este manual.
- Durante el primer trimestre se realizarán auditorias mensuales
- A partir del primer trimestre y, en función del diagnóstico deducido de las tres auditorías realizadas, se realizarán auditorias bimensuales.
- A raíz de las siete auditorías internas correspondientes al primer año de establecimiento y coincidiendo con la primera auditoria del siguiente año, se producirá un informe en el que se valorará en conjunto el funcionamiento del sistema de calidad establecido.

A partir del primer año de vigencia de este manual, y si el informe anteriormente referido es favorable, se procederá a la realización sistemática de auditorías semestrales para la revisión del funcionamiento del sistema de calidad.

En caso de que alguna de las auditorias produjera un informe desfavorable, esto daría lugar a revisiones extraordinarias que se establecerán en los plazos que se consideren necesarios para la subsanación del defecto.

- **Control del producto no conforme.** El objetivo es establecer las bases para controlar la elaboración de los productos y evitar las no conformidades. Inevitablemente, siempre habrá productos no conformes, bien a causa del personal, bien por causas ajenas a dicho personal.

- **Alcance.** Será aplicable a todos los trabajadores de la división productiva y al director del área comercial, en primera instancia, aunque será aplicable también, si se hiciera referencia, a cualquier otra división que pudiera identificar no conformidades.

- **Identificación previa de productos no conformes.** Los productos, al llegar, tienen que ser colocados en su lugar correspondiente. En este proceso, por el aspecto y olor externo de los productos, podemos hacer la primera identificación de los productos no conformes.

Tras la comprobación de la existencia de una no conformidad, se retirará el producto depositándolo en la caja situada en el almacén y apuntando en la Etiqueta de no conformidad, el producto no conforme que ha sido desechado. Este proceso sólo afectará a los productos frescos que son los que pueden ser identificados a primera vista y será realizado por cualquier trabajador que detectase una no conformidad.

Igualmente, los productos frescos pueden, al ser manipulados, observarse cualquier no conformidad, como por ejemplo:

Al manipularlos, se hallen elementos no adecuados a la calidad. En estos casos, se procederá siempre de la manera ya descrita.

En el caso de los insumos, en primera instancia, se observará el estado del envase y se hará hincapié en que no presente daños de ningún tipo tales como roturas o abolladuras. También, en estos casos las no conformidades serán identificadas una vez que el producto haya sido desenvasado y siempre que no respondan a una mala manipulación por parte de los empleados.

- **Proceso de reclamación de productos no conformes a proveedores.** Este proceso corresponde principalmente al director del área comercial que es el encargado de la relación con los proveedores y, en su ausencia, al director del área productiva.

En base a la cantidad de productos no conformes hallados en un pedido y dependiendo del producto se procederá de la siguiente forma:

Los productos frescos, tales como la leche, café y demás materias primas, si alcanzan una cuarta parte de productos no conformes dentro del mismo pedido, serán retirados en su embalaje original y se dispondrán apartados en el almacén junto con la Etiqueta.

Se llenará el oportuno Informe de no conformidad y lo harán llegar al director comercial para poner en conocimiento del proveedor, la carencia de calidad de los productos servidos y que éstos puedan ser repuestos. En el informe constará lo siguiente:

INC. N° Número del informe de no conformidad.

REG. N° Número de registro.

Número de lote.

Fecha.

Producto.

Tipo.

Clase.

Cantidad.

En última instancia, se solicitará la devolución de la proporción de la deuda.

Los productos envasados, que al desenvasarse presenten defectos, serán tratados igualmente que los frescos y se seguirá el mismo procedimiento independientemente del volumen.

Lo importante, en estos casos, es siempre mantener la buena relación con el proveedor y conseguir en la medida de lo posible, la reposición del producto no conforme antes de cualquier devolución de metálico, pues el dinero no es válido para ser servido al cliente.

- **Formación talento humano**

Objeto. El objetivo es prever la formación de los trabajadores de la empresa, no sólo en el ámbito de la calidad, sino en todos aquellos que, directa o indirectamente, afecten el resultado.

Alcance. Será aplicable a todas las áreas que abarque este manual de calidad y procedimiento y de las que sea necesaria formación, siendo responsable de ella todos los directores de las diferentes áreas.

- **Formación en materia de calidad.** Es compromiso del responsable de calidad proveer de la primera formación teórica acerca de este manual, así como de todo lo que implica (mejoras en la productividad, en el rendimiento, ahorro de tiempo, etc.) a los directivos y empleados de la empresa.

Suministrará los documentos necesarios y realizará las prácticas necesarias para el establecimiento de este sistema de calidad al conjunto de la empresa hasta asegurar su implantación.

Solucionará las dudas que en materia de formación puedan surgir durante el proceso de formación de este sistema de calidad.

En los casos de nuevas incorporaciones de personal, serán los directores de cada departamento, los responsables de formar a los nuevos trabajadores, con el asesoramiento del director de calidad.

Se estima que la duración inicial de este proceso de formación no supere los quince días.

- **Formación continua.** Es objeto de la empresa, para conseguir el aseguramiento de la calidad y el cumplimiento de los objetivos en esta materia, la adecuada formación de los trabajadores, no sólo en el ámbito de la calidad, sino en todos aquellos que le permitan desarrollar su trabajo con más eficacia. Es por ello que, este manual de calidad prevé la contratación de cursos para la mejora del desarrollo de los trabajadores.

Dichos cursos serán considerados entre todos los directores de los departamentos, para elegir los más adecuados a las necesidades de cada área, en colaboración con el director de calidad.

El administrador buscará mitigar las diferencias que se pueden presentar entre el personal de trabajo y por el contrario fomentará el desarrollo de un ambiente sano laboral con la delegación equitativa y justa de responsabilidades, ambiente digno de una tienda café, y además pretende con esta posición desarrollar bienestar para los clientes y contribuir con el mejoramiento de la calidad de vida de sus empleados.

3.3.6 Recursos.

3.3.6.1 Talento humano. La tienda café tiene claro que su fortaleza más importante es sin lugar a dudas el talento humano, para ello debe realizar grandes esfuerzos en la selección de personal, en busca de contratar trabajadores idóneos con experiencia en los cargos requeridos y con gran conocimiento de servicio al cliente.

El personal administrativo estará integrado por:

- Un Gerente
- Una secretaria
- Un contador externo
- El personal del área operativa está integrado por:
 - Un barman
 - Dos meseros

Tabla 57. Personal






Cantidad	Área operativa	Cantidad	Área administrativa
1	Barman	1	Gerente
2	Meseros	1	Secretaria
1	Contador externo		

- **Recursos físicos:** para cubrir todas las necesidades que se presentan en la tienda de café se tiene en cuenta el espacio y la comodidad de los clientes y trabajadores. Los equipos con los que contará la tienda de café son:



3.3.6.2 Recurso físico




- Maquinaria y equipo

Tabla 58. Maquinaria y equipo

Cant.	Descripción	Detalle	Especificaciones técnicas
3		Lámparas decorativas	Final del metal: difusores del cromo: - en metacrylate emparejó con el tejido: MVTR blanco, diseño MVTR de la cebra - el tejido sombrea: seda negra de Ponge, seda roja de Ponge, seda plisada blanca con las lámparas fluorescentes T5 Circolux 2x22W; puntos ajustables para QR-LP70/12V 3x50W máximo
2		cuadros decorativos	Heliografías de cuadros originales
8		butacas para barra	Esta butaca cuenta Fijos o Love – Seat Retráctil de poliuretano rígido.
4		Mesas	De 1.10m de frente x 0.60m de fondo x 0.75m de altura, fabricada en melamina de 1º calidad con cantos en moldura plástica T, color arena.
16		Sillas	Silla Dona Base en tubo cold rolled pintado. Asiento y espaldar en plástico inyectado. Apilable.


Cant.	Descripción	Detalle	Especificaciones técnicas
1		Licuadora	Set licuadora Universal Ref: 61300
1		purificador de agua	Purificador De Agua Domestico Bajo Tarja punto de uso de 3 etapas con lámpara de luz Ultravioleta UV Incluye filtro para eliminar sedimentos, filtro para eliminar cloro
1		Cafetera	CITIZ XN7005 KRUPS Cafetera Nespresso CitiZ Gris
1		Exhibidor	<p>Tiene 5 repisas (o niveles) que muestran los libros. De buen acabado, superficie lisa y suave, con bordes redondeados, sin imperfecciones (sin: clavos salidos, astillas, colas, etc)) al contacto. Elaborado con planchas de tableros aglomerados con recubrimiento melamínico soft de 19 mm de espesor. Puede ser elaborado en madera de 2 cm. de espesor, garantizando una mayor durabilidad. Las repisas o divisiones se fijan con tornillos enroscantes tipo mini fix y cubiertos con tapas plásticas del mismo color.</p> <p>Los tapacantos de PVC tipo T.</p>
1		Estufa	<p>Estufa Universal. La mejor calidad, más resistente, más durable y más segura. La Estufa Universal, son 6 aparatos en uno mismo, reuniendo en un mínimo de espacio: estufa, freidor, asador, plancha, horno y gratinador. Cuatro quemadores de 26,000 BTU/Hr, con cubierta para rápida limpieza. Resistencia de 3000 Watts de potencia para rápida recuperación, fabricada en acero</p>

Cant.	Descripción	Detalle	Especificaciones técnicas
			inoxidable tipo 304 para evitar la contaminación de los alimentos.
1		Máquina café espresso	MÁQUINA DE CAFÉ ESPRESSO GAGGIA G6 2 GRUPOS CON DISPLAY DIGITAL
1		Máquina para granizados	<p>descripción general modelo exclusivo detaylor®, diseñado para servir una amplia variedad de bebidas congeladas de distintas consistencias, como granizados, frappés, cocteles helados, jugos de frutas, té o café helado, todos dispensados en el punto deseado, conformada por un robusto chasis construido en acero con recubrimiento anticorrosivo, pannelería exterior en lámina de acero inoxidable sanitario aisi 304, una tolva en la parte superior con capacidad individual para 18.9 litros, un cilindro de congelación encamisado, con capacidad para 6.6 litros que incluyen un dispositivos batidor y raspadores que permiten darle a la mezcla una fina textura, una boquillas de servicio. tapa freezer frontal termoformada en policarbonato transparente de alta densidad, que permite observar el producto todo el tiempo. sistema de refrigeración con todos sus componentes comandado por una unidad compresora hermética equivalente a 6.000 btu/hra, equipada con refrigerante r404a. un motor batidor de ¼ hp. capacidad aproximada de 111 vasos de 9 onzas/hra. todo el conjunto se apoya en 4 patas atornillables. máquina para granizado, frappés, cocteles, helados, jugos de frutas, té, café.</p>

Cant.	Descripción	Detalle	Especificaciones técnicas
1		Nevera	<p>Samsung. Características : - Pueras de acero inoxidable con tratamiento antihuellas - Tiradores de acero inoxidable - Capacidad bruta total: 303 litros</p>
1		Extintor	<p>Agente extintor fabricado según las Normas UNE EN 615: 1996/ISO 7202:1987 - Ministerio de Industria y energía, Registro de Tipo: FAI 3272</p>
1		Botiquín	<p>La mochila botiquín se caracteriza por su facilidad de organización y accesibilidad a los productos, teniendo definido un sector para cada necesidad (trauma, inmovilización y circulación) . Y por otro lado gracias a su arnés de triple ajuste, permite ser transportado fácilmente como una mochila de gran porte. También posee correas que permiten trasladar el botiquín como un bolso de mano.</p>

- Utensilios

Tabla 59. Utensilios

Cantidad	Descripción	Detalle
60		Vasos para malteada, de vidrio, con capacidad de 260 ml.
60		Vasos para Frappe, de vidrio, con capacidad de 170 ml.
100		Tazas para Café espresso, de cerámica, con capacidad de 45 ml
100		Tazas para Cappuccino, de cerámica, con capacidad de 195 ml

- **Equipo de oficina**

Tabla 60. Equipo de oficina

Cantidad	Detalle	Descripción	Especificaciones técnicas
1	Archivador		Madera de 1, 50 de altura y de 5 compartimientos
1	Teléfono		Marca Siemens
1	Computador		Pentium IV, monitor, teclado, mouse.
1	Impresora		Impresora HP 3920
1	Estabilizador		1000 watos
2	calculadora de bolsillo		Casio DR-120
1	Caja registradora		CAJA REGISTRADORA CASIO S300MB

3.3.6.3 Recursos de insumos

- Espresso Clásico

Tabla 61. Insumo espresso clásico

Insumo	Unidad de medida	Consumo por producto
Café sabor intenso	500gr	8gr
Agua	M ³	45 ml

- Cappuccino

Tabla 62. Insumo Cappuccino

Insumo	Unidad de medida	Consumo por producto
Café espresso	taza	1 tazas (45ml)
Leche	mililitros	150ml
crema de leche	gramo	50g
Canela en polvo	gramos	10gr

- Frappe

Tabla 63. Insumo Frappe

Insumo	Unidad de medida	Consumo por producto
Café instantáneo	gramos	15 gr
Leche en cubos congelada	mililitros	120 ml
crema de leche	Gramo	50gr
Azúcar	gramo	50 gr
Leche	mililitros	50 ml

- **Malteada**

Tabla 64. Malteada

Insumo	Unidad de medida	Consumo por producto
Café espresso	tazas	1 tazas
Leche	mililitros	150 ml
Helado de vainilla	mililitros	100ml
Esencia de vainilla	mililitros	10ml
Hielo	cubos	5

- **Equipo de aseo**

Tabla 65. Equipo de aseo

Cantidad	Detalle
1	Escoba
1	Trapero
1	Recogedor
10	Limpiones
4	Rollos De Servilletas Grandes
6	Paquetes De Servilletas Pequeñas

3.3.7 Estudio de proveedores. Para llevar a cabo el estudio de proveedores se precisaron los siguientes:

- **Para insumos**

- **Café Veleño**

Proveedor de insumo: café

Representante legal: Flor Ángela Coy Tello

Información básica de la empresa: Urbanización Cañaveral, manzana 5,
casa 51. Barbosa-Santander

Experiencia: 8 años

Teléfonos: 7484440

31354203426

E-mail: mochivel_caf@hotmail.com

- Parmalat

Proveedor de insumo: Leche

Información básica de la empresa: Proveedor de leche entera al mayor y detal

Experiencia: 50 años.

Teléfonos: 091 – 679 9998

Dirección: Diagonal 183 No. 41 A – 50.

- Almacén y cristalería variedades norte

Proveedor de insumo: cristalería (Tasas y vasos)

Información básica de la empresa: Calle 162 No. 21-36 Bogotá D.C.

Experiencia: 8 años

Teléfonos: 679 6259

- Cajasan

Proveedor de insumo: Comestibles, aseo, vinos, aperitivos,

Información básica de la empresa: Kra 9 No. 11-11 Barbosa-Santander

Teléfonos: 748 5326

- Merca express

Proveedor de insumo: vasos desechables y materiales de aseo

Representante legal: Sociedad Limitada

Información básica de la empresa: Cra 7 No 7-47

7485871

Barbosa Santander

- Plastisan

Proveedor de insumo: insumos desechables

Representante legal: Deybi Sted González

Información básica de la empresa: Kra 8 No 10-20 Barbosa-Santander

Experiencia: 10 años

Teléfonos: 7481158.

3.3.8 Distribución de planta. La distribución de la tienda café tiene 7 x 15 metros en los cuales se incorporará las mesas, la barra para atender a los clientes, la cual se encuentra distribuida como se ve en el plano anexo (figura 29).

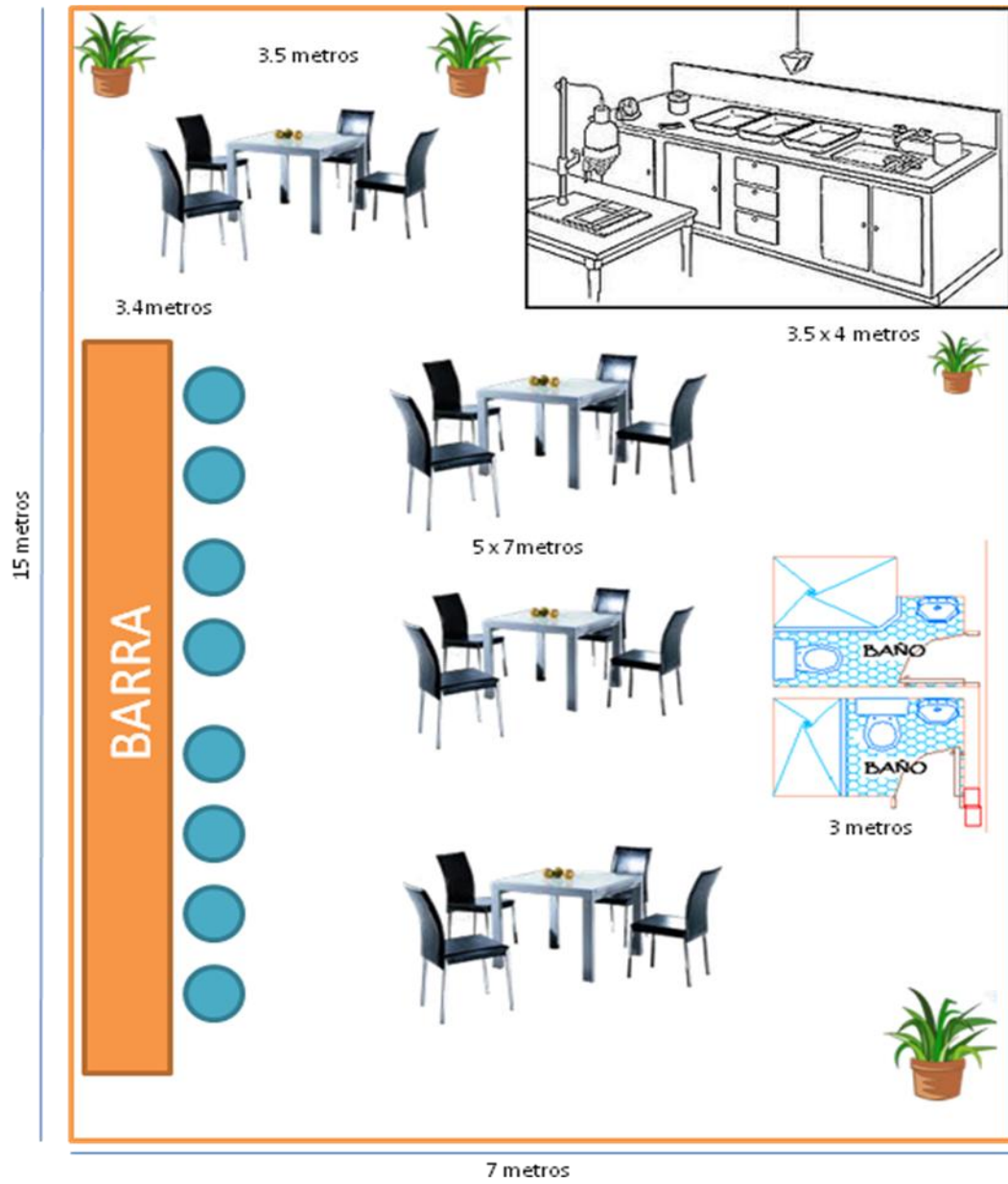
3.3.9 Logística de distribución. La distribución de la planta se hizo acorde a las necesidades tanto de la empresa como de los consumidores; por ejemplo: la barra se encuentra ubicada a la entrada para las personas que van solas o en pareja y pretenden distraerse; la zona de las mesas es amplia y esta diseñada para las personas que buscan mayor comodidad y privacidad, los baños se encuentran ubicados a una distancia prudencial de las mesas y de la cocina, con el fin de que sea accesible, pero no genere incomodidad, y por último, la cocina se encuentra ubicada al fondo, para evitar la impregnación de olores y demás contaminantes en los alimentos, además porque en el concepto de la tienda no es llamativo para el cliente.

La Tienda K'FE estará distribuida de la siguiente manera:

- La barra se encontrará a la entrada de la Tienda, con una dimensión de 4 metros de largo por 2 metros de ancho.
- La zona de las mesas se ubicarán al costado derecho de la barra, con una extensión de 5 metros de ancho por 7 metros de largo.
- Los baños tendrán una extensión de 3 metros y se ubicaran en el costado derecho del local.

- La cocina se ubicará al fondo del local con una dimensión de 3.5 metros de largo por cuatro de ancho.
- La sala de Star se encontrará al fondo, con una extensión de 5 metros y 3.5 metros.

Figura 31. Distribución de planta
Distribución de la tienda de café



3.4 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TÉCNICO

- Mediante el estudio técnico se pudo demostrar que se puede generar una empresa que cuenta con la tecnología (técnica para preparar bebidas a base de café y cafés especiales) necesaria y requerida en cuanto a la elaboración de bebidas a base de café.
- Se identificó proyectó una capacidad utilizada del 70% con respecto a la diseñada, correspondiente en el primer año a 47.997 tazas de café esspresso, 8.515 tazas de cappuccino, 15.483 vasos de frappe y 5.419 vasos de malteada.
- Según toda la información recolectada la localización más adecuada para la instalación de la empresa es en el centro de Barbosa, después de un análisis detallado de factores críticos y fundamentales de estudio se finiquitó que el lugar ideal está dado en la carrera 9 No 9-54.
- Se concluye que los procesos manejados por la tienda se pueden ejecutar de forma adecuada, organizada, con tecnología y que deberán ser respaldados por el servicio al cliente prestado por todos y cada uno de los integrantes de la tienda café en cuanto a la recepción, atención y prestación adecuada de cada uno de los servicios prestados.
- Se analiza detalladamente los recursos necesarios para la prestación de los servicios y se concluye que en cuanto a disponibilidad y economía son accesibles ya que no es tan compleja su obtención; en la región se cuenta con buen recurso humano, pero se requiere de algunas capacitaciones de servicio al cliente. En cuanto a los recursos físicos y de insumos no se presenta mayor dificultad para su obtención ya que los recursos existen en la región.

- El acceso a los proveedores no presenta mayores dificultades, en cuanto a la tienda para hacer llegar los productos.
- La distribución en planta se realizó de forma detallada con el fin de aprovechar al máximo los espacios dentro de la empresa; todo esto determina que el proyecto si es viable en cuanto al estudio técnico.
- Se concluye que la operatividad del proyecto es viable técnicamente, ya que se cuenta con la tecnología adecuada, los recursos físicos, talento humano, y existe un adecuado acceso a los insumos que ofrecen los proveedores.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

4.1.1 Forma jurídica. La empresa se constituirá, como una sociedad de responsabilidad limitada.

Es la forma de sociedad más común en Colombia entre las pequeñas y medianas empresas, debido principalmente a que permite la colaboración directa de los socios en las actividades de la tienda, cuya relación esta basado en el conocimiento y confianza mutua.

Las sociedades de responsabilidad limitada están sujetas a un máximo de 25 socios. En ella todos son responsables por las operaciones sociales que realice la tienda, solo hasta el momento de sus aportes y exige además que el capital este pagado totalmente cuando la sociedad es constituida.

La sociedad girará bajo una denominación o razón social, seguida de la palabra "Ltda" (Limitada).

Por lo tanto su razón social será: Tienda Kfé Ltda y su objeto social será la prestación de los servicios de café especializado.

4.1.2 Constitución legal. Toda empresa debe estar debidamente legalizada ante el Estado Colombiano, mediante el cumplimiento de una serie de requisitos legales establecidos por el Gobierno Nacional a los cuales debe someterse toda persona natural, jurídica o sociedad de hecho, como requisito fundamental para desarrollar libremente sus operaciones y actividades mercantiles.

Constitución legal es el acto mediante el cual se da vida legal a una nueva empresa, a través del cumplimiento de una serie de normas y requisitos establecidos por ley, necesarios para su funcionamiento legal.

Dichos requisitos son de carácter legal, comercial, funcionamiento, laboral y tributario, y rigen para empresas creadas de forma individual o colectiva.

4.1.3 Legalización comercial. La legalización comercial de la empresa conlleva a la inscripción y obtención del registro y matrícula mercantil ante la Seccional de la Cámara de Comercio del municipio de Barbosa. Tratándose de personas jurídicas adicionalmente debe registrarse ante notario público.

El procedimiento para la legalización comercial de las sociedades de responsabilidad limitada como lo es la tienda Kfé limitada es la siguiente:

- Carta de estudio de nombre comercial, ante la respectiva cámara de comercio.
- Realización ante notario público de la correspondiente escritura pública debidamente autenticada; dicha escritura debe contener como mínimo: Razón social del nuevo negocio, nombres completos de los socios, domicilio social, capital social aportado, facultades del representante legal y nombramientos respectivos.
- Dentro del mes siguiente a la fecha de otorgamiento de la escritura pública, el representante legal debe presentar en la oficina de registro mercantil de la Cámara de Comercio los siguientes documentos:
 - Copia notarial de la escritura pública de constitución.
 - Formulario de matrícula mercantil correctamente diligenciado.
 - Carta de aceptación de los representantes legales y miembros de la Junta Directiva
 - Cartas de apertura del establecimiento de comercio, firmada por el representante legal.

Una vez se haya obtenido la aprobación se procederá a solicitar el certificado de existencia y representación legal de la sociedad.

Realizada la correspondiente matrícula mercantil se procede a la inscripción y registro de los libros mercantiles. Estos libros serán conformados por:

- Libros de actas de las juntas de socios.
- Libros de contabilidad: caja, diario, mayor, balance e inventarios.

Para la inscripción y registro de los libros mercantiles, el representante legal debe solicitar y diligenciar el formulario respectivo de la oficina de registro mercantil de la Cámara de Comercio.

4.1.4 Legalización de funcionamiento

4.1.5 Legalización tributaria. Hace referencia a las obligaciones tributarias, a las cuales está sujeto la tienda café que desarrollará actividades de servicios. Para dar inicio y cumplimiento a estas obligaciones se debe tramitar la obtención del RUT, cuyo procedimiento, para su obtención es el siguiente:

Diligenciamiento por parte del representante legal ante la Administración de Impuestos y Aduanas Nacionales- DIAN, División de Recaudación de los siguientes formularios:

- Formulario de inscripción del RUT
- Fotocopia de la escritura pública autenticada
- Certificado de existencia y representación legal expedida por la Cámara de Comercio.
- Fotocopia de la cédula de ciudadanía del representante legal.

En esta etapa del proceso la oficina respectiva le asignará de inmediato un certificado provisional del número del NIT.

Una vez obtenido el NIT e incluidas legalmente las actividades mercantiles, el nuevo empresario debe ser consciente de las obligaciones a que está sujeto con la creación del nuevo negocio las cuales son:

- Impuesto al Valor Agregado – IVA es el tributo exigido por el Estado a productores, importadores y comerciantes con respecto a los artículos que ellos produzcan, importen o comercialicen.
- Retención en la fuente. Todas las personas jurídicas y sociedades de hecho, deben efectuar retención en la fuente sobre: pagos o abonos que se hagan por concepto de dividendos, participaciones, honorarios, comisiones, servicios, arrendamientos y demás pagos susceptibles de constituir ingresos. Los porcentajes de retención son los señalados por la Ley a través de los denominados agentes retenedores.
- Impuesto de Industria y comercio. Los trámites para el cumplimiento de esta obligación tributaria consiste en solicitar en la Alcaldía Municipal el formulario de declaración y pago de impuesto de industria y comercio y realizar los pagos anualmente dentro de los plazos y fechas estipulados por la Ley.
- El impuesto de industria y comercio es el tributo exigido a aquellas personas naturales y jurídicas, que realizan actividades industriales, comerciales y de servicios. Se liquida de acuerdo a los ingresos brutos, correspondientes al año gravable, presentados por el contribuyente.
- Declaración y pago del impuesto sobre la renta. Es el tributo exigido a las personas naturales y jurídicas que ejerzan actividades mercantiles, independientemente del monto de los ingresos obtenidos durante el año gravable correspondiente o de su patrimonio a 31 de diciembre del año respectivo.

Los plazos para la presentación de la declaración son decretados por el Gobierno Nacional y fijados al contribuyente, a través de la DIAN.

- **Constitución de la empresa**

Razón Social: una vez constituida legalmente toma la forma de persona jurídica distinta de los socios, originando una sociedad con obligación de tipo limitado resultando: Tienda Kfé Ltda.

Constitución: Tienda Kfé Ltda se constituye mediante escritura pública inscrita en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, donde se estipulará la responsabilidad de los socios y sus aportes.

Socios: Los empresarios que constituyen la sociedad son:

Socio 1. DIANA MARCELA BALLESTEROS SANABRIA, aporte del 50% del total de la tienda

Socio 2. LEIDY YENIFER PEREZ GERENA, aporte del 50% del total de la tienda

- **Funciones de los socios**

- Fijar objetivos, políticas y estrategias de la empresa, además serán el núcleo que oriente y guíe la acción de la misma en la toma de decisiones.
- Establecer normas, estatutos, así como estudiar y aprobar las reformas.
- Examinar, aprobar y desaprobado en fin de ejercicio las cuentas que deben rendir la empresa, por medio de su administrador.
- Constituir las reservas que debe hacer la sociedad e indicar su inversión provisional.
- Ordenar las acciones que correspondan a los administradores de los bienes sociales, administrador o cualquier persona que hubiere incumplido sus funciones o causado daño a la sociedad.
- Reunirse por lo menos una vez por año en la fecha que determine los estatutos.

- Examinar, aprobar o desaprobar los balances de fin de ejercicio, las cuentas que deben rendir los administradores y disponer de las utilidades sociales.
- En cuanto a la distribución de utilidades se hará de forma proporcional a la parte pagada o en cuotas parte de interés social de cada uno de los socios.

- **Causales de disolución**

- Por vencimiento del término previsto
- Por imposibilidad de desarrollar la empresa social
- Por reducción del número de socios
- Por declaración de quiebra de la sociedad
- Por decisión de los socios
- Por revisión de autoridad
- Por pérdidas que reduzcan el capital por debajo del 50%.

4.2 CULTURA EMPRESARIAL

4.2.1 Visión. La tienda de café “**K’FE**” será en el año 2014 una empresa a la vanguardia de los procesos de modernización de lugar de esparcimiento y café, además estará posicionada en el mercado dentro de las empresas relacionadas con este tipo de servicio para la población de algunos municipios de Santander y Boyacá; a través de su marketing desarrollará y difundirá los servicios ofrecidos por la empresa.

4.2.2 Misión. La tienda de café “**K’FE**” produce bebidas a base de café que satisfagan plenamente las necesidades y expectativas de nuestros clientes y consumidores bajo la aplicación de altos estándares de calidad. De la misma manera aportar al municipio y a la región fuentes de trabajo, aprovechamiento de los recursos del entorno y retribución justa a los propietarios, trabajadores, y sociedad en general.

4.2.3 Objetivos empresariales.

- Ampliar el nivel de acción y la segmentación del mercado con el fin de brindar servicios a más personas en la región.
- Mejorar y adecuar las instalaciones de la empresa para ampliar la capacidad en cuanto a prestación de servicios y para mantener un ambiente renovador constantemente.
- Adquirir tecnología que permitan enfrentar a la competencia con la prestación de un servicio diferente, cautivador, novedoso y de calidad.
- Optimizar las actitudes de talento humano mediante capacitaciones y mejorar la maquinaria de recursos físicos.
- Lograr establecer ventajas competitivas en cuanto a precios, valor agregado y preferencia por el servicio.
- Implementar los procesos de control que permitan desarrollar y generar el mejoramiento continuo en todas las áreas de la empresa.

4.2.4 Políticas empresariales. Las políticas son los procedimientos, reglas y prácticas administrativas específicas que se formularan para estimular y apoyar el trabajo hacia los objetivos fijados de la nueva empresa.

Las políticas adoptadas por la empresa son referentes a:

- Políticas del Talento humano.
- Políticas de compra.
- Políticas de ventas.

- **Políticas del talento humano.** Es importante tener claro que cada empresa debe desarrollar un proceso que se ajuste a sus necesidades específicas y se ejecute en forma correcta con el fin de disminuir la rotación de personal y sobre costos en el proceso de selección.

El proceso para encontrar y atraer aspirantes adecuados para los cargos disponibles en la empresa se inicia con el conocimiento y requisitos concernientes al perfil de los cargos que se necesitan.

En el análisis de las hojas de vida se debe tener en cuenta los requisitos mínimos para una posible selección (edad, experiencia, profesión, referencias) con el fin de descartar aquellos aspirantes que cumplen con las aspiraciones y requisitos para ser seleccionados.

- **Reclutamiento.** Conocidos los puestos de trabajo que es necesario cubrir, el paso siguiente consiste en aplicar el procedimiento adecuado para divulgar el deseo de la empresa de llenar esas vacantes.

Uno de los procedimientos más corriente, que la empresa puede aplicar es el de anunciar las vacantes a través de agencias de empleo o también los anuncios en los centros de enseñanza (SENA) de donde suelen proceder los candidatos.

Las asociaciones profesionales que dispongan de servicio de empleo para los afiliados constituyen otro de los medios aptos para conseguir candidatos que opten para los puestos.

- **Proceso de selección.** El proceso de selección de la empresa será realizado por el gerente de la empresa y consiste en la aplicación de pruebas técnicas que se enfocan en los requerimientos de la misma (según en cargo a desempeñar), buscando en la persona facilidades de adaptación motriz, visual, de habilidades y

respuesta a la enseñanza. Se considera primordial que no todo aspirante que desee aprender un oficio tiene aptitudes para el mismo; la empresa pretende adaptarse a las exigencias del mercado buscando empleados que cuenten con las aptitudes pero mejor aun que posean la actitud de trabajo que es de vital importancia en las empresas del presente, que sus empleados tengan sentido de pertenencia con la empresa.

Las pruebas a aplicar son:

- Pruebas de capacidad: Las cuales permiten medir la destreza del personal en la realización de las actividades.
- Pruebas de aptitud: Estas permiten evaluar la destreza y el grado de comprensión para ejecutar una orden.

La entrevista técnica consiste en determinar la motivación, deseo de alcanzar metas propuestas y la estabilidad laboral reflejada en su permanencia en el trabajo solicitado, conocer más al empleado; el objetivo es lograr una buena comunicación, las entrevistas realizadas evaluarán al candidato desde distintos puntos de vista y lo calificarán según los requisitos de la tienda de café, Kfé Ltda.

- **Proceso de contratación.** Para la contratación del personal se realizara de la siguiente forma:

A término fijo (1 año de duración): para el mesero y el Barman los cuales tendrán opción de prórroga de sus respectivos contratos por periodos iguales a quienes demuestren las aptitudes y habilidades favorables según las políticas de la empresa.

El periodo de prueba será de dos mese de conformidad con el artículo 76 del código sustantivo del trabajo; se especificara que los empleados están sujetos a

todos los requerimientos y condiciones dadas en el periodo de prueba según el código sustantivo del trabajo.

- **Inducción y orientación.** En el proceso de inducción del candidato para que se adapte a su nuevo puesto de trabajo, la empresa suministrará capacitación a los empleados en las diferentes tareas o cargos de la empresa, de manera que se cuente con empleados apropiados a través de los gastos diferidos y de puesta en marcha que se asigna en el estudio financiero. Los programas de inducción y orientación deben contar como mínimo, de los tres elementos siguientes:

-Orientación general en la organización: se da una Visión sobre la organización de la tienda de café, Kfé Ltda, se manifiestan los objetivos planteados por la empresa con el fin de introducir y encaminar a los nuevos empleados con la causa empresarial, además se hacen especificaciones y aclaraciones sobre todo lo relacionado con las normas, reglamentos, políticas, beneficios entre otros. Esta orientación está a cargo del gerente.

- Inducción al puesto de trabajo: el gerente sea el encargado de orientar al trabajador en su lugar de trabajo, será quien enseñe el área laboral, horarios y demás especificaciones.

- Programas de esparcimiento: para disminuir las cargas de trabajo, el gerente debe buscar un clima organizacional constante de las relaciones de trabajo.

- **Proceso de capacitación.** Para que la capacitación funcione dentro de la empresa tienda de café, Kfé Ltda, debe ligarse a las necesidades estratégicas de la misma. Por esta razón, el objetivo del programa de capacitación de la empresa es que todo el recurso humano adquiera conocimientos que le permitan desempeñar eficientemente y efectivamente sus funciones, por ello es importante

que se divulguen e interpreten correctamente las normas de trabajo para el fortalecimiento del ambiente laboral.

Una de las características principales de la empresa será la excelente presentación tanto de su infraestructura física como la de su equipo de trabajo, quien se distinguirá por su buena presentación, atención, poseedor de un trato especial y preferencial, amabilidad, cortesía, calor humano y eficiencia.

- **Política de compras.** Las políticas de compra se establecerán teniendo en cuenta principalmente por la calidad y legalidad de los productos que ofrecen proveedores necesarios para llevar a cabo la actividad económica de la empresa, como es claro en el caso de el café orgánico debe cumplir con los requerimientos que lo acrediten como tal. Estas políticas también se establecerán teniendo en cuenta los descuentos ofrecidos por los proveedores de los productos e insumos ya sea por el pago de contado o a crédito.

Otra variable a tener en cuenta para la selección de proveedores además de los productos, son la garantía, los precios y descuentos.

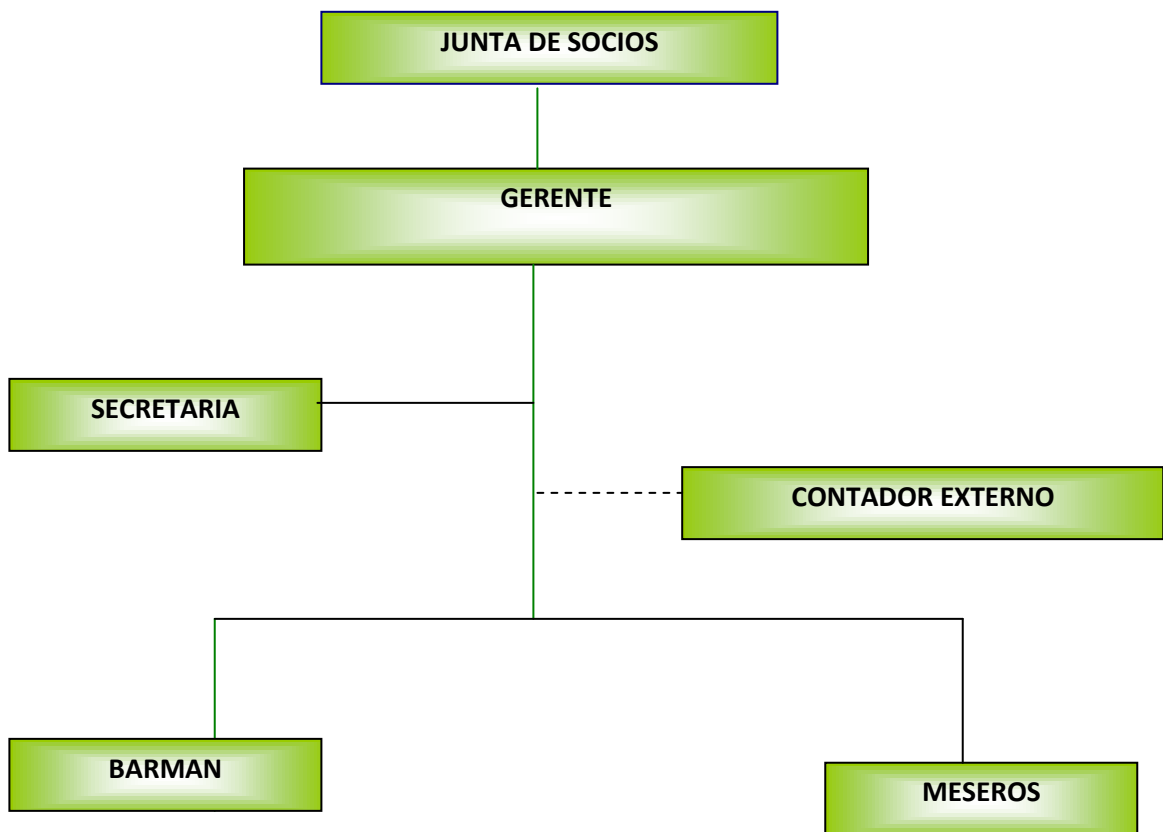
La papelería y elementos de aseo e insumos complementarios para llevar a cabo la actividad económica, serán comprados a los proveedores locales que ofrezcan los productos con las mejores condiciones de pago y de costos.

- **Política de ventas.** Las políticas de ventas, son de gran importancia en toda la organización, en los momentos de atraer clientes y para manejar de una forma eficiente y sin mayores complicaciones las cuentas de la empresa. La política de venta será de contado.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1 Organigrama. La tienda de café, Kfé Ltda, implementará una organización funcional, que se caracteriza por estar diseñada con el criterio de UNIDAD DE MANDO, solo una persona toma las decisiones y tiene la responsabilidad básica de mandar, asigna y distribuye el trabajo a los subalternos y estos a su vez sólo reportan a él; la actividad y la responsabilidad se transmiten totalmente por una sola línea.

Figura 32. Organigrama



4.3.2 Descripción y perfil de cargos. Se presentan y describen las funciones y especificaciones del cargo relacionado con el perfil y las responsabilidades propias del mismo, para el normal desarrollo de los productos productivos, administrativos y de ventas de la tienda de Kfé Ltda.

4.3.2.1 Numero de empleados. El capital más importante del negocio será su gente. Es importante identificar en cada uno de los empleados sus habilidades y experiencia para el beneficio de la empresa.

Tienda de Kfé Ltda. contará con tres empleados de la siguiente manera:

- Un Gerente
- Dos meseros
- Un Barman
- Contador externo

4.3.2.2 Funciones específicas de cargos. Las exigencias que debe atender la empresa de bebidas a base de café Kfé en cuanto calidad y productividad, es atender el potencial humano, para favorecer su integración y desempeño en la empresa y por ende su desarrollo personal.

Tabla 66. Descripción de funciones del Gerente

TIENDA DE CAFÉ KFE							
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES							
NOMBRE O CARGO	GERENTE	C.C. No			FECHA	D:	M: A:
ÁREA	ADMINISTRATIVA						
SUPERVISA A	SECRETARIA, CONTABILIDAD, ADMINISTRADOR, CONTADOR				No DE CARGOS IGUALES		1
FUNCIÓN PRINCIPAL	Representante legal, encargado de las funciones administrativas (Planear, organizar, dirigir, controlar), realizar labores de ostión para KFE Ltda, que permitan y garanticen el cumplimiento de los objetivos de la empresa).						
DETALLE DE FUNCIONES	<p>Liderar las acciones que giran en torno a la empresa y los procesos internos a través de decisiones las cuales deben estar dispuestos a cumplir todo el recursos humano de la organización</p> <ul style="list-style-type: none"> -Planear, organizar y dirigir diariamente las actividades de la empresa, velando por la aplicación de las políticas, normas y reglamentos de la organización. -Atender todo lo concerniente a los aspectos legales y celebrar contratos inherentes al cumplimiento de los fines sociales. -Realizar gestiones de mercadeo y buen manejo de las inversiones con el fin de procurar el crecimiento y participación de la empresa en el comercio. -Coordinar y supervisar los procesos que se llevan a cabo dentro de la empresa para la prestación a cabalidad de los dos servicios prestados. -Manejar adecuadamente las finanzas de la empresa, manteniendo equidad entre ingresos y gastos -Fomentar una cultura de calidad total en cada uno de los procesos, buscando la opción de técnicas. Adquirir, enajenar y limitar el dominio de los bienes muebles e inmuebles -Diseñar las políticas de la empresa y velar por su cumplimiento -Diseñar mecanismos que favorezcan la optimización de los recursos -Recibir, analizar y responder los informes reportados por el administrador de las diferentes solicitudes y reclamos de los trabajadores -Recibir y atender a los proveedores de la empresa, para establecer las diferentes negociaciones en cuanto a precios, descuentos, calidad, promociones y demás asuntos referentes a la actividad - Formalizar relaciones con las diferentes entidades financieras, para la solicitud de créditos, sobregiros, demás relaciones relacionadas con el sector bancario. 						

Tabla 67. Especificaciones de funciones de gerente

TIENDA DE CAFÉ KFE								
ESPECIFICACIÓN DE FUNCIONES								
NOMBRE O CARGO	Gerente	C.C. No			FECHA	D:	M: A:	
ÁREA	ADMINISTRATIVA							
SUPERVISA A	SECRETARIA, CONTABILIDAD, ADMINISTRADOR, CONTADOR					No DE CARGOS IGUALES	1	
PERFIL	<p>-GRADO DE INSTITUCIÓN: Haber terminado estudios universitarios en Gestión Empresarial ó Administración de Empresas.</p> <p>-Experiencia mínima de 5 años en cargos Administrativos.</p> <p>-Tener capacidad para el manejo y desenvolvimiento en los negocios</p>							
RESPONSABILIDAD	<p>-Representar y posicionar a la empresa en eventos empresariales, ofrecer los servicios y ventajas a clientes demostrando las capacidades de la empresa.</p> <p>-Representar legalmente la empresa.</p> <p>-Proteger los bienes muebles e inmuebles.</p> <p>-Cumplir y hacer cumplir las funciones de acuerdo al manual interno de la empresa.</p> <p>-Velar por la buena marcha de los procesos de los servicios prestados dentro de la empresa.</p> <p>-Verificar la correcta operación y cuidado de equipos y herramientas de la empresa.</p> <p>-Hacer cumplir las normas de seguridad industrial</p>							

Tabla 68. Descripción del cargo de Secretaria

EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIO KAFE LTDA							
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES					HOJA 1 DE 1		
NOMBRE O CARGO	Secretaría	C.C. No			FECHA	D:	M: A:
ÁREA:	ADMINISTRATIVA						
SUPERVISAR A					No DE CARGOS IGUALES		
FUNCIÓN PRINCIPAL	Ejecución de labores de oficina, relacionadas con el área administrativa; así como labores de mecanografía y documentación.						
DETALLE DE FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Efectuar transcripción de toda clase de documentos que sean propios de la ejecución de sus funciones; así como redactar correspondencia de rutina. -Revisar y clasificar la correspondencia de -Manejar adecuadamente el archivo de la sección inventarios, ventas, gastos, entre otros -Velar por la adecuada organización y presentación de la oficina. -Ejercer las demás funciones que le sean asignadas por el gerente 						

Tabla 69. Especificaciones del cargo de secretaria

ESPECIFICACIÓN DE FUNCIONES							
NOMBRE O CARGO	secretaria	C.C. No			FECHA	D:	M: A:
ÁREA	ADMINISTRATIVA						
SUPERVISA A	NINGUNO					No DE CARGOS IGUALES	1
PERFIL	<ul style="list-style-type: none"> - GRADO DE INSTITUCIÓN: haber terminado estudios de contabilidad I y II en el SENA y otra institución educativa especializada. -Experiencia laboral mínima de 1 año en cargos de secretariado. -Tener capacidad para el manejo de equipos tecnológicos y de cómputo 						
RESPONSABILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> -Velar por la dotación, herramientas y equipos de trabajo que le fueron asignados. -Fomentar la imagen positiva de la empresa. - Manejar en forma responsable, los documentos que le sean confiados. -Guardar absoluta reserva de la información que se genere en la empresa producto de su actividad. - Cumplir a cabalidad las reglas propuestas en el manual interno de la empresa. 						
VISTO BUENO DE LA JUNTA DE SOCIOS	VISTO BUENO GERENTE				ANÁLISIS		

Tabla 70. Descripción del cargo de Contador

EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIO KAFE LTDA							
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES				HOJA 1 DE 1			
NOMBRE O CARGO	Contador (Externo)	C.C. No			FECHA	D:	M: A:
ÁREA:	ADMINISTRATIVA						
SUPERVISAR A					No DE CARGOS IGUALES		
FUNCIÓN PRINCIPAL	Coordina, planea y organiza actividades de los informes financieros.						
DETALLE DE FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> -Diseñar planes financieros para la empresa basada en la misión de estas políticas y objetivos que la rijan. -Elaborar y controlar que el presupuesto de la empresa se utilice en lo establecido. -Diseñar políticas de cartera acorde con sus obligaciones -Elaborar y analizar los estados financieros de la empresa para tomar decisiones -Analizar los objetivos financieros que la empresa se ha propuesto. -Presentar informes y requerimientos tributarios a las instancias del régimen del código comercial. 						

Tabla 71. Especificaciones del cargo de contador

TIENDA DE CAFÉ KFE							
ESPECIFICACIÓN DE FUNCIONES							
NOMBRE O CARGO	Contador (Externo)	C.C. No			FECHA	D:	M: A:
ÁREA	ADMINISTRATIVA						
SUPERVISA A	NINGUNO					No DE CARGOS IGUALES	1
PERFIL	<p>-GRADO DE INSTITUCIÓN: haber terminado contaduría pública.</p> <p>-Experiencia laboral mínima de 2 años en cargos de contador.</p> <p>-Tener capacidad para el manejo de equipos tecnológicos y de cómputo.</p>						
RESPONSABILIDAD	<p>-Estar disponible al servicio de la empresa para eventos extraordinarios donde se necesite de su profesionalismo y de la información que maneja.</p> <p>- Manejar en forma responsable, los documentos que le sean confiados.</p> <p>-Guardar absoluta reserva de la información que se genere en la empresa producto de su actividad.</p> <p>- Cumplir a cabalidad las reglas propuestas en el manual interno de la empresa.</p> <p>-Ocuparse de todos los trabajos relacionados con movimientos contables, financieros, legales y de carácter representativo ante los entes gubernamentales.</p>						
VISTO BUENO DE LA JUNTA DE SOCIOS	VISTO BUENO GERENTE				ANÁLISIS		

Tabla 72. Descripción del cargo de Mesero

EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIO KAFE LTDA							
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES				HOJA 1 DE 1			
NOMBRE O CARGO	Mesero	C.C. No		FECHA	D:	M:	A:
ÁREA:	ATENCIÓN AL CLIENTE						
SUPERVISAR A					No DE CARGOS IGUALES	1	
FUNCIÓN PRINCIPAL	Encargado de las mesas y de los pedidos de los clientes						
DETALLE DE FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> -Asistir al trabajo debidamente aseado, tanto del cuerpo como del uniforme -Conocer el uso correcto de la terminología usada en alimentos y bebidas -Conocer el uso del material y equipo de su departamento -Limpiar mesas, estaciones de servicio, ceniceros, candeleros, menús, lamparas de mesas, charolas, etc. -Ser responsable del correcto montaje de las mesas -Cambiar blancos sucios por limpios -Conocer el correcto manejo de la loza y la cristalería para evitar roturas - Responsable de tener surtidas las mesas con todo lo necesario: , azúcar, cubiertos, etc. -Ayudar en el acomodo de los clientes en las mesas -Conocer perfectamente los platillos del menú, así como el tiempo de elaboración y los ingredientes con que están preparados -Sugerir al cliente aperitivos, cócteles y bebidas -Conocer y aplicar el sistema para escribir las órdenes -Sugerir, según sea necesario, alimentos o bebidas para algún cliente que sigue dieta o tiene alguna alergia especial -Tratar de aprender los nombres de los clientes, así como sus preferencias -Solicitar al cajero el talón por la cuenta del cliente -Cuando el cliente lo solicita, presentar la cuenta para su pago -No debe tocar el dinero directamente con las manos -Pagar al cajero el importe de la cuenta -Asistir al cliente cuando se retira del negocio - Conocer y aplicar los procedimientos que se siguen en accidentes de trabajo: - Derramar líquido en la mesa - Derramar líquido en un cliente - Tirar al suelo un cubierto - Ser amable con los niños es un buen detalle de cortesía 						

Tabla 73. Especificaciones del cargo de mesero

TIENDA DE CAFÉ KFE							
ESPECIFICACIÓN DE FUNCIONES							
NOMBRE O CARGO	Meseros	C.C. No			FECHA	D:	M: A:
ÁREA	ADMINISTRATIVA						
SUPERVISA A	NINGUNO				No DE CARGOS IGUALES	1	
PERFIL	<p>-GRADO DE INSTITUCIÓN: haber cursado bachillerato.</p> <p>-Experiencia laboral mínima de 1 año en cargos similares a los especificados.</p> <p>-Tener actitud para el trabajo encomendado, al igual que para recibir capacitación.</p>						
RESPONSABILIDAD	<p>-Mantener un ambiente de trabajo óptimo para con sus compañeros, respeto hacia todo el equipo de trabajo.</p> <p>-Proteger los bienes muebles e inmuebles.</p> <p>- Responder por los equipos y herramientas que le sean asignadas.</p> <p>-Guardar absoluta reserva de la información que se genere en la empresa producto de su actividad.</p> <p>- Cumplir a cabalidad las reglas propuestas en el manual interno de la empresa.</p> <p>-Ofrecer lo mejor de sí para la consecución y el logro de los objetivos de la empresa, así como aportar en alternativas de solución para los diferentes eventos que puedan presentarse, ya que son el personal más cercano al cliente.</p>						
VISTO BUENO DE LA JUNTA DE SOCIOS	VISTO BUENO GERENTE				ANÁLISIS		

Tabla 74. Descripción del cargo de Barman (barista)

EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIO KAFE LTDA							
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES				HOJA 1 DE 1			
NOMBRE O CARGO	Barman	C.C. No			FECHA	D:	M: A:
ÁREA:	PRODUCCIÓN						
SUPERVISAR A					No DE CARGOS IGUALES	1	
FUNCIÓN PRINCIPAL	Elaboración de las bebidas a base de café						
DETALLE DE FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Preparación de bebidas a base de café y elaboración de productos de repostería y confitería a base de café. -Diariamente revisar el inventario para hacer las compras necesarias. Organizar el Bar o salón de Bar. - Cuidar de la limpieza. - Preparar y servir o hacer servir los pedidos ordenados. - Supervisar la labor de sus ayudantes. - Atender a los clientes. - Controlar el stock de Bar y solicitar su reposición. 						

Tabla 75. Especificaciones del cargo de barman

ESPECIFICACIÓN DE FUNCIONES							
NOMBRE O CARGO	barman	C.C. No			FECHA	D:	M: A:
ÁREA	ADMINISTRATIVA						
SUPERVISA A	NINGUNO				No DE CARGOS IGUALES	1	
PERFIL	<p>-GRADO DE INSTITUCIÓN: haber cursado bachillerato.</p> <p>-Experiencia laboral mínima de 1 año en cargos similares a los especificados</p> <p>-Tener actitud para el trabajo encomendado, al igual que para recibir capacitación.</p>						
RESPONSABILIDAD	<p>-Mantener un ambiente de trabajo óptimo para con sus compañeros, respeto hacia todo el equipo de trabajo.</p> <p>-Proteger los bienes muebles e inmuebles.</p> <p>- Responder por los equipos y herramientas que le sean asignadas.</p> <p>-Guardar absoluta reserva de la información que se genere en la empresa producto de su actividad.</p> <p>- Cumplir a cabalidad las reglas propuestas en el manual interno de la empresa.</p> <p>-Ofrecer lo mejor de sí para la consecución y el logro de los objetivos de la empresa, así como aportar en alternativas de solución para los diferentes eventos que puedan presentarse, ya que son el personal más cercano al cliente.</p>						
VISTO BUENO DE SOCIOS	VISTO BUENO ADMINISTRADOR				ANÁLISIS		

4.3.2.3 Asignación salarial. El salario será pactado para pagos quincenales, el cual será comprendido en una escala que comenzará en un salario mínimo legal vigente mensual, e irá ascendiendo de acuerdo a la carga laboral y características de responsabilidad asignadas al empleado, el funcionario administrativo devengara un sueldo mayor al del mesero y el Barman en razón del trabajo desempeñado ya que la responsabilidad asignada será mayor y además sus estudios realizados representan un agregado para la determinación del monto de su salario.

La seguridad social es un servicio de carácter obligatorio que se prestara bajo la dirección, coordinación o control del Estado.

La ley 100 de 1993 define claramente las obligaciones que el empleador tiene para con el trabajador por concepto de prestaciones sociales. Las cuales, son de obligatoria aplicación para la nueva empresa.

Tabla 76. Asignación salarial

Cargo	Salario
Gerente	800.000,00
Contador externo – honorarios.	200.000,00
Secretaria	515.000,00
Barman	600.000,00
Mesero	515.000,00

Tabla 77. Prestaciones sociales

Prestaciones sociales	Factor
<i>Prestaciones de pago directo</i>	
Cesantías	8.33%
Intereses alas cesantías	1%
Vacaciones anuales	4.17%
Prima de servicios	8.33%
Dotación	7%
<i>Total prestaciones de pago directo</i>	28.83%
Prestaciones sociales indirectas	
Seguridad social	
Fondo de pensiones	11.625%
Salud eps	8.5%
Arp estimado	3%
<i>Total transferencias</i>	23.125%
Aportes para fiscales	
Sena	2%
Icbf	3%
Subsidio familiar	4%
<i>Tota aportes parafiscales</i>	9%
Total prestaciones de pago indirecto	32.125%
Total factor prestacional a cargo del patrono	60.955%

4.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO

- A través del estudio administrativo se pudo determinar que la operatividad del proyecto es factible desde el punto de vista administrativo ya que no presenta ninguna limitante o imposibilidad que no permita la ejecución del proyecto.
- La tienda kfé limitada cumple con los requisitos exigidos por ley para llevar a cabo el desarrollo del proyecto, además se acoge a las exigencias de los entes regionales para poder llevar a cabo un proyecto que incluye la prestación de los servicios.
- Se determinó la forma de constitución de la empresa y todo lo relacionado con los aspectos fundamentales que permiten el desarrollo administrativo de la empresa como son: socios, misión, visión, políticas y objetivos.
- Se determinó la estructura jerárquica de la empresa y se detalló el perfil de cada uno de sus cargos juntos a las funciones que deben realizar todos los integrantes del talento humano de la tienda.
- Finalmente se estimó la carga prestacional que es de obligatorio cumplimiento para el pago por parte de la empresa a fin de poder brindar un salario digno y bajo las exigencias del Código Sustantivo de Trabajo.

5. ESTUDIO FINANCIERO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

El estudio financiero se realiza sobre los servicios de la tienda café y pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto; cual será el costo total incurrido en el proceso operativo, administrativo y de ventas; así como, otra serie de indicadores que sirvan como base para la toma de decisiones en cuanto a viabilidad del proyecto.

5.1 INVERSIONES

Las inversiones del proyecto comprende la adquisición de todos los activos necesarios para iniciar las operaciones en la tienda café, estas se clasifican de acuerdo a su naturaleza así:

- Inversiones fijas
- Inversiones diferidas
- Inversión en capital de trabajo

5.1.1 Inversión en activos fijos. Son todos aquellos activos tangibles requeridos para el funcionamiento de la tienda y contempla los siguientes rubros: maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipo de oficina, herramientas.

No se tienen en cuenta los activos fijos: Terrenos, ya que la tienda tomará un local en arriendo, aunque se realizan algunas remodelaciones en la edificación previamente seleccionada.

5.1.1.1 Maquinaria y equipo. Son todos los equipos de producción que se requieren para la puesta en funcionamiento de la tienda café.

Tabla 78. Maquinaria y equipo

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Licuadaora	1	120.000,00	120.000,00
purificador de agua	1	300.000,00	300.000,00
Cafetera	1	500.000,00	500.000,00
Estufa	1	150.000,00	150.000,00
Maquina café espresso	1	2.000.000,00	2.000.000,00
Máquina para granizados	1	2.200.000,00	2.200.000,00
Nevera	1	800.000,00	800.000,00
SUBTOTAL			6.070.000,00

5.1.1.2 Muebles y enseres. Está conformado por los muebles, dotación y elementos necesarios para el funcionamiento del área administrativa y de ventas de la tienda café.

Tabla 79. Muebles y enseres

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Lámparas decorativas	3	40.000,00	120.000,00
cuadros decorativos	2	100.000,00	200.000,00
butacas para barra	8	31.250,00	250.000,00
Mesas	4	50.000,00	200.000,00
Sillas	16	35.000,00	560.000,00
Exhibidor	1	180.000,00	180.000,00
vasos para malteada	10	1.500,00	15.000,00
Extintor	1	45.000,00	45.000,00
Botiquín	1	25.000,00	25.000,00
SUBTOTAL			1.595.000,00

5.1.1.3 Utensilios. Comprende algunos accesorios de uso manual de la empresa, cuyo costo es poco representativo dentro del equipo operativo.

Tabla 80. Utensilios

Detalle	Cantidad	Vr. Unitario	Vr. Total
Tazas para café espresso 45 ml	60	1.000	60.000
Tazas para cappuccino 195 ml	60	1.150	69.000
Vasos para frappe 170 ml	100	1.550	155.000
Vasos para malteada 260 ml	100	2.057	205.660
Total			\$489.660

5.1.1.4 Equipo de oficina. Son los equipos requeridos para el adecuado funcionamiento de la tienda café, los cuales están representados por los elementos de cómputo y comunicaciones que se relacionan a continuación.

Tabla 81. Equipo de oficina

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Archivador	1	250.000,00	250.000,00
Computador	1	800.000,00	800.000,00
Impresora	1	300.000,00	300.000,00
Estabilizador	1	100.000,00	100.000,00
calculadora de bolsillo	2	15.000,00	30.000,00
Caja registradora	1	250.000,00	250.000,00
Teléfono	1	70.000.00	70.000.00
SUBTOTAL			1.800.000,00

5.1.1.5 Total inversión fija. De acuerdo con los cuadros 70, 71, 72 y 73 la inversión fija del proyecto equivale a: \$9.954.660.

Tabla 82. Total Inversión fija

Detalle	Total
Maquinaria y Equipo	\$ 6.070.000
Muebles y enseres	\$1.595.000
Equipo de oficina	\$ 1.800.000
Utensilios	\$ 489.660
TOTAL	9.954.660

5.1.2 Inversión diferida. Se relacionan con los gastos que se hacen antes de la puesta en marcha de la empresa, correspondientes a la compra de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto tales como: el estudio de factibilidad, supervisión del proyecto entre otros.

Además, asume el costo por concepto de remodelaciones y adecuaciones de propiedades tomadas en arriendo de acuerdo a las necesidades operativas y logísticas de la tienda café. En este sentido, se proyecta la adecuación del área.

Tabla 83. De inversiones diferidas

Detalle	Valor
Remodelaciones	\$3.668.387
Estudio de factibilidad	\$ 3.000.000
Gastos notariales	\$500.000
Gastos de constitución	\$700.000
Promoción y publicidad	\$3.000.000
Capacitación	\$500.000
Total	\$11.368.387

5.1.3 Inversión de capital de trabajo. Corresponde al capital necesario para la operación normal de la tienda café en el primer mes de operaciones, de acuerdo a las expectativas de flujo de efectivo de la tienda.

Para determinar el monto de capital de trabajo necesario se procede a cuantificar los costos operativos, los gastos de administración y ventas y gastos financieros.

5.1.3.1 Costos del servicio. Los costos del proceso operativo de la tienda café representan los desembolsos en efectivo o en especie que la empresa, para atender las necesidades u obligaciones del objeto social de la empresa.

Los costos de servicio se dividen en:

- Insumos directos
 - Mano de obra directa
 - Costos indirectos de fabricación
- **Insumos directos.** Son los insumos necesarios que intervienen directamente en la prestación de los servicios ofrecidos por la tienda.

Materias primas para las bebidas a base de café.

- **Espresso Clásico**

Tabla 84. Insumo espresso Clásico

Insumo	Unidad de medida	Costo por unidad de Medida	Consumo por producto	Costo por Producto
Café sabor intenso	500gr	\$5.000	8gr	\$80
Agua	M ³	$\$3.37 \times 10^{-4}$	45 ml	\$1
Total Costo Por Producto				\$81
Costo Total Insumos Por Año				3.886.445

- Cappuccino

Tabla 85. Insumo Capuccino

Insumo	Unidad de medida	Costo por unidad de Medida	Consumo por producto	Costo por Producto
Café espresso	taza	\$200	1 tazas (45ml)	\$200
Leche*	mililitros	\$1	150ml	\$150
crema de leche	gramo	\$3	50g	\$150
Canela en polvo	gramos	\$5	10gr	\$50
Total Costo Por Producto				\$550
Costo Total Insumos Por Año				4.656.960

- Frappe

Tabla 86. Insumo Frappe

Insumo	Unidad de medida	Costo por unidad de Medida	Consumo por producto	Costo por Producto
Café instantáneo	Gramos	\$40	15 gr	\$600
Leche en cubos congelada*	Mililitros	\$1	120 ml	\$120
crema de leche	Gramo	\$2	50gr	\$100
Azúcar	Gramo	\$2	50g	\$100
Leche	Mililitros	\$1	50ml	\$50
Total Costo Por Producto				\$970
Costo Total Insumos Por Año				15.057.504

Tabla 87. Insumo malteada

Insumo	Unidad de medida	Costo por unidad de Medida	Consumo por producto	Costo por Producto
Café espresso	tazas	\$250	1 tazas	\$250
Leche*	mililitros	\$1	150 ml	\$150
Helado de vainilla	mililitros	\$5	100ml	\$500
Esencia de vainilla	mililitros	\$10	10ml	\$100
Hielo	cubos	\$5	5	\$25
Total costo por producto				\$1.025
Costo total insumos por año				5.579.280

- **Total materiales directos**

Tabla 88. Costos materiales Directos

Costo materiales directos	Costo mensual	Costo anual
Expresso clásico	323.870	3.886.445
Capuchino	388.080	4.656.960
Frappe	1.254.792	15.057.504
Malteada	464.940	5.579.280
Total	2.431.682	29.180.189

- **Mano de obra directa.** Corresponde a los costos por concepto de sueldos y prestaciones sociales (de pago directo e indirecto a cargo del empleador según legislación laboral actual), efectuados a los trabajadores que se utilizan en la elaboración de los productos.

El factor prestacional correspondiente a los aportes parafiscales, seguridad social y demás prestaciones legales estipuladas en la ley 100 de 1993, fue determinado en un 60.955%.

Tabla 89. Costo mano de obra directa

Empleado	Cant	Sueldo mensual	Sueldo	Factor	Sueldo
			Anual	Prestac	Total anual
				-60.955%	
Barman	1	600.000	7.200.000	4.388.760	11.588.760

Dentro del factor prestacional ya se encuentra incluido el porcentaje equivalente a dotación y calzado; pero no se incluye el aporte correspondiente al auxilio de transporte ya que, la empresa quedará ubicada dentro del casco urbano y además no existe servicio de transporte urbano.

- **Costos indirectos de fabricación**

Mano de obra indirecta: corresponde a los salarios de los empleados que no intervienen directamente en la fabricación de los productos de la empresa, pero que su participación es vital para el desarrollo del objeto social de la empresa.

Tabla 90. Costo mano de obra indirecta

Empleado	Cant	Sueldo mensual	Sueldo	Factor	Sueldo
			Anual	Prestac	Total anual
				-60.955%	
Meseros	2	1.030.000	12.360.000	7.534.038	19.894.038

Materiales indirectos. Hacen referencia a los elementos de mantenimiento de los equipos, protección e higiene, aseo de equipo e instalaciones.

Tabla 91. Costo de materiales indirectos

Concepto	Cantidad Mensual	Costo unidad	Consumo Unid / año	Costo Anual
Escobas	1	\$5.000	12	\$60.000
Hieleras		\$2.000	5	\$10.000
Cucharas		\$2.000	10	\$20.000
Jabon detergente	5	\$3.200	60	\$192.000
Desinfectante	1	\$12.000	12	\$144.000
Limpiones	27	\$500	324	\$162.000
TOTAL				\$588.000

- **Costos generales de fabricación.** Así mismo, existen otros costos de fabricación relacionados con el valor del seguro de los equipos operativos, la depreciación de los equipos y cargos diferidos.

En este rubro también se tienen en cuenta e valor por concepto de impuesto de industria y comercio, el costo de arriendo, el mantenimiento de los equipos y los servicios públicos correspondientes a energía eléctrica y agua.

El cálculo de los costos generales de producción se estableció de la siguiente manera:

- **Arrendamiento:** el lugar donde será ubicado la tienda café, se encuentra dentro de la zona comercial del municipio de Barbosa Santander y presenta un costo mensual de: $\$700.000 \times 12 = \$8.400.000$.
- **Seguro todo riesgo:** calculado en el 1% con base en los equipos de la empresa y muebles y enseres equivalente a $\$766.500 \times 1\% = \$7.665.700$.

- **Depreciación:** se realizó por el método de línea recta, con base en el valor de la maquinaria y equipo y muebles y enseres; (Ver tabla 93)
- **Diferidos:** la amortización de diferidos correspondiente a los intangibles de la empresa equivalen a \$740.000 obtenido del 20% \$3.700.000.
- **Mantenimiento:** equivalente al 3% para reparaciones, reparaciones, reposición y mantenimientos preventivos del valor de los equipos claves que equivale a \$229.971, 3% de \$7.665.700.
- **Servicios públicos:** se estimaron costos de servicios aproximados según los antecedentes de los locales que laboran en este sector comercial.
- **Impuestos:** correspondientes al impuesto de industria y comercio. Según la teoría municipal de acuerdo a la actividad propia de la tienda, en este impuesto se calcula 4x1000 sobre los ingresos brutos resultantes en cada año del proyecto, incluyendo el impuesto de avisos y tableros. \$ 350.000.

Tabla 92. Depreciación 5 años

MAQUINARIA Y EQUIPO \$6.070.000				
MUEBLES Y ENSERES \$1.595.000				
TOTAL \$7.665.700				
Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
1.533.000,00	1.533.000,00	1.533.000,00	1.533.000,00	1.533.000,00

Tabla 93. Costos generales de fabricación

Concepto del costo	Costo fijo anual
Seguro todo riesgo	\$ 766.500
Depreciación maq.	\$ 1.533.000
Mantenimiento equipo	\$ 229.971
Luz	\$ 100.000
Agua	\$ 60.000
Teléfono	\$ 35.000
Imp. Industria y Com.	\$ 350.000
Arrendamiento	\$8.400.000
Total	\$ 11.474.471

- **Total costos de producción**

Tabla 94. Total Inversión en capital de trabajo para el primer año (pesos)

Costos de producción	Costo anual
Materiales directos	29.180.189
Mano de obra directa	11.588.760
Mano de obra indirecta	19.894.038
Materiales indirectos	588.000
Costos generales de fabricación	11.474.471
Total	72.725.458

5.1.3.2 Gastos de administración y de ventas. Estos son los gastos en los que incurre la empresa para llevar a cabo los procesos administrativos a cabalidad.

- **Sueldos administrativos.** De acuerdo al organigrama general de la empresa expuesto en el estudio administrativo, los gastos por concepto de nómina administrativa corresponden a los devengados, por el gerente, una secretaria y el contador.

Tabla 95. Sueldos

Empleado	Cantidad	Sueldo mensual	Sueldo anual	Factor prestacional	Total anual
Administrador	1	800.000	9.600.000	5.851.680	15.451.680
Contador	1	200.000	2.400.000		2.400.000
Secretaria	1	515.000	6.180.000	3.767.019	9.947.019
TOTAL					27.798.699

Dado que el contador es externo recibe sueldo mensual por honorarios la suma de \$200.000 mensuales para un total de \$2.400.000.

- **Otros gastos de administración**

Tabla 96. Gastos de administración y de ventas

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Gastos de papelería	\$100.000	\$1.200.000
Insumos de aseo	\$100.000	\$1.200.000
Publicidad	\$50.000	\$600.000
Gastos varios	\$50.000	\$600.000
Total	\$300.000	\$3.600.000

Total gastos de administración \$31.398.699

5.1.3.3 Total capital de trabajo

Tabla 97. Total capital de trabajo

Concepto del costo	Total costo anual	K. De trabajo para 1 mes
Costos de producción		
Materiales directos	29.180.189	2.431.682
Mano de obra directa	11.588.760	965.730
Mano de obra indirecta	19.894.038	1.657.837
Materiales indirectos	588.000	49.000
Costos generales de fabricación	11.474.471	956.206
Gastos de administración	31.398.699	2.616.558
Total	104.124.157	8.677.013

5.2 INVERSIÓN TOTAL

A continuación se presenta el resumen general de la inversión necesaria para dar comienzo a la creación de la tienda de café Kfé Ltda.

- **Resumen inversiones del proyecto**

Tabla 98. Resumen Inversiones del Proyecto

Inversiones	Valor
Activo fijo	9.954.600
Capital de trabajo *	8.677.013
Inversión diferida	11.368.387
Total	30.000.000

* ciclo, el primer mes.

5.3 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

- **Recursos propios.** El proyecto se realizara en un 100% con recursos de dos socios capitalistas, quienes podrán realizar su aporte en efectivo o en títulos valores.

5.4 COSTOS

Los costos significan descuentos que la empresa tienda de café Kfé. Realizará para cubrir todas las necesidades u obligaciones en que incurrirá la empresa para elaboración de los productos y la prestación del servicio.

5.4.1 Costos fijos. Se caracterizan porque permanecen constantes dentro de un periodo determinado, sin importar la cantidad de productos o servicio prestado, o que haya un cambio en la demanda.

- **Total costos y gastos fijos**

Tabla 99. Total costos y gastos fijos

Concepto	Costo Fijo Anual
Costos de producción	
CIF	588.000
Mano de obra indirecta	19.894.038
Total costos fijos	20.482.038
Gastos de administración	
Sueldos y prestaciones	31.398.699
Total gastos fijos	31.398.699
Total costos y gastos fijos	51.880.737

5.4.2 Costos variables. Se caracterizan por que cambian o fluctúan en relación a un cambio en el volumen de producción.

Tabla 100. Costos variables

Concepto	Costo variable anual
Costos de producción	
Materiales directos	29.180.189
Mano de obra directa	11.588.760
Costos generales de fabricación	11.474.471
Total costos variables	52.243.420

5.5 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

5.5.1 Presupuesto de ingresos (ventas)

- **Presupuesto de ingresos proyectado café espresso clásico**

Tabla 101. Presupuesto de Ingresos (ventas por tazas)

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio De Venta	800	800	800	800	800
Tazas 45ml	47.981	49.084	50.213	51.368	52.550
Total ingresos	38.384.800	39.267.487	40.170.639	41.094.564	42.039.739

- **Presupuesto de ingresos proyectado Bebida fría a base de café capuchinos**

Tabla 102. Presupuesto de Ingresos Proyectados bebida fría a base de café-Capuchinos

Concepto	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Precio de venta	800	800	800	800	800
Tazas 195 ml	8.467	8.662	8.861	9.065	9.273
Total ingresos	6.773.600	6.929.556	7.088.936	7.251.982	7.418.777

- **Presupuesto de ingresos proyectado Bebida a base de café frappe**

Tabla 103. Presupuesto de ingresos proyectado Bebida a base de café frappe

Concepto	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Precio de venta	3500	3500	3500	3500	3500
Tazas 170 ml	15.523	15.880	16.245	16.619	17.001
Total ingresos	54.330.500	55.580.818	56.859.176	58.166.937	59.504.777

- **Presupuesto de ingresos proyectado Bebida a base de café. Malteada**

Tabla 104. Presupuesto de ingresos proyectado Bebida a base de café. Malteada

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio de venta	3500	3500	3500	3500	3500
Tazas 260 ml.	5.443	5.568	5.696	5.827	5.962
Total ingresos	19.050.500	19.489.378	19.937.633	20.396.199	20.865.311

Tabla 105. Total de ingresos por ventas proyectado

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Expreso clásico	38.384.800	39.267.487	40.170.639	41.094.564	42.039.739
Capuchino	6.773.600	6.929.556	7.088.936	7.251.982	7.418.777
Frappe	54.330.500	55.580.818	56.859.176	58.166.937	59.504.777
Malteada	19.050.500	19.489.378	19.937.633	20.396.199	20.865.311
Total ingresos	118.539.400	121.267.238	124.056.385	126.909.682	129.828.604

5.5.2 Presupuesto de egresos

- **Presupuesto de egresos proyectado**

Tabla 106. Presupuesto de egresos proyectado

Concepto	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Compra de materia prima	29.179.696	29.851.333	30.537.914	31.240.286	31.958.812
Mano de obra directa	11.588.760	11.588.760	11.588.760	11.588.760	11.588.760
Costos indirectos de fabricación	20.482.038	20.482.038	20.482.038	20.482.038	20.482.038
Gastos de admón. Y ventas	31.398.699	31.398.699	31.398.699	31.398.699	31.398.699
Costos generales de fabricación	11.474.471	11.474.471	11.474.471	11.474.471	11.474.471
Total egresos	104.123.664	104.795.301	105.481.882	106.184.254	106.902.780

5.5.3 Flujo de caja proyectado

Tabla 107. Flujo de caja proyectado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ingresos por ventas		118.539.400	121.267.238	124.056.385	126.909.682	129.828.604
Total ingresos		118.539.400	121.267.238	124.056.385	126.909.682	129.828.604
Compra de materia prima		29.179.696	29.851.333	30.537.914	31.240.286	31.958.812
Mano de obra directa		11.588.760	11.588.760	11.588.760	11.588.760	11.588.760
Costos indirectos de fabricación		20.482.038	20.482.038	20.482.038	20.482.038	20.482.038
Gastos de admón. y ventas		31.398.699	31.398.699	31.398.699	31.398.699	31.398.699
Costos generales de fabricación.	30.000.000	11.474.471	11.474.471	11.474.471	11.474.471	11.474.471
Total egresos	30.000.000	104.123.664	104.795.301	105.481.882	106.184.254	106.902.780
Utilidad bruta		14.415.736	16.471.937	18.574.503	20.725.428	22.925.824
Impuestos		5.045.508	5.765.178	6.501.076	7.253.900	8.024.038
Flujo caja del periodo	-30.000.000	9.370.228	10.706.759	12.073.427	13.471.528	14.901.786

5.6 ESTADO DE RESULTADOS

- Estado de resultados proyectado

Tabla 108. Estado de resultados proyectado

Ítem		1	2	3	4	5
Ingresos	-	118.539.400	121.267.238	124.056.385	126.909.682	129.828.604
Costos de operación	30.000.000	71.191.965	71.863.602	72.550.183	73.252.555	73.971.081
Gastos de administración	-	31.398.699	31.398.699	31.398.699	31.398.699	31.398.699
Depreciación	-	1.533.000	1.533.000	1.533.000	1.533.000	1.533.000
- Gastos financieros	-	-	-	-	-	-
Utilidad antes de imp.	-	14.415.736	16.471.937	18.574.503	20.725.428	22.925.824
Impuestos	-	5.045.508	5.765.178	6.501.076	7.253.900	8.024.038
Utilidad desp. De impuesto	-	9.370.228	10.706.759	12.073.427	13.471.528	14.901.786
- Reserva legal 10%	-	937.023	1.070.676	1.207.343	1.347.153	1.490.179
Utilidad neta	-30.000.000	8.433.205	9.636.083	10.866.084	12.124.375	13.411.607

- Balance inicial y primer año

Tabla 109. Balance General y primer año

Concepto	Año 0	Año 1
ACTIVOS		
ACTIVO CORRIENTE		
Caja y Bancos	20.045.400	35.994.076
Total Activo Corriente	20.045.400	35.994.076

Concepto	Año 0	Año 1
ACTIVO FIJO		
Edificios	0	0
Maquinaria y equipo	6.070.000	6.070.000
Muebles y enseres	2.084.600	2.084.660
Equipos de computo	1.800.000	1.800.000
Vehículo	0	0
Total Activos Fijos	9.954.660	9.954.660
Menos depreciación		(1.533.000)
Total activo fijo	9.954.660	8.421.660
TOTAL ACTIVOS	30.000.000	44.415.736
PASIVOS		
PASIVO CORRIENTE		
Obligaciones a corto plazo	0	5.045.508
Total pasivo corriente	0	5.045.508
Pasivo No Corriente		
Obligaciones a largo plazo		
Total pasivo no corriente	0	
Total Pasivos	0	5.045.508
PATRIMONIO		
Aporte de socios	30.000.000	30.000.000
Reserva legal	0	937.023
Utilidad del ejercicio	0	8.433.205
TOTAL PATRIMONIO	30.000.000	39.370.228
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	30.000.000	44.415.736

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1 PUNTO DE EQUILIBRIO

- **Margen de contribución**

Tabla 110. Margen de Contribución

Variables	Expresso	Capuchino	Frappe	Malteada
Precio de venta	800	800	3500	3500
- Costo variable unitario prom.	81	550	970	1025
Margen de contrib.	719	250	2530	2475
% De venta	9.3%	9.3%	40.7%	40.7%

Margen de contribución x % de venta: 66.87 + 23.25 + 1029.71 + 1007.32

Margen de contribución = 2.127,15

Punto De Equilibrio Total.

$$P.E = \frac{C.F}{M.C} = \frac{20.482.038}{2.127.15} = 9.628.86 \text{ Unidades.}$$

Por tratarse de varias líneas de producción, se hace necesario determinar el Punto de Equilibrio ponderado o multiproducto, de esta forma se puede observar que el Punto de Equilibrio General ponderado es de 9.628.86 unidades.

Descompuesto este punto de equilibrio por productos se obtienen los siguientes resultados:

Tabla 111. Punto de equilibrio por productos

Espresso	9.628.86 X 9.3 %	895.48
Capuchino	9.628.86 X 9.3 %	895.48
Frappe	9.628.86 X 40.7 %	3.918.95
Malteada	9.628.86 X 40.7 %	3.918.95

6.2 IMPACTO SOCIAL

La creación de la tienda café traerá grandes beneficios para la región principalmente para el sector turístico considerando que este será una nueva alternativa de servicio de la cual podrán disfrutar los habitantes de los municipios circunvecinos juntos con los visitantes de las grandes ciudades.

La tienda café es una empresa que brindará un toque de modernidad de los cafés tradicionales, además aumentará la demanda de este tipo de servicio.

En consecuencia de lo anterior la nueva tienda buscará aportar de una u otra forma dinamizar e incrementar el nivel de vida de los ciudadanos de la región, así como apoyar el surgimiento de empresas prestadoras de servicios que vienen tomando gran fuerza en el sector económico del municipio.

Para llevar a cabo el crecimiento social en la región específicamente del municipio de Barbosa, se requiere de empresas de gran categoría que permitan crear un nuevo estilo de vida, el estilo de vida para brindar nuevas oportunidades laborales.

De igual forma la tienda café en el municipio de Barbosa generará nuevos empleos directos, teniendo en cuenta que en el largo plazo el recurso humano

podrá aumentar más trabajadores. El proceso de contratación se llevará a cabo con el personal que ofrece la región.

6.3 IMPACTO AMBIENTAL

Todo proyecto de inversión creado con fines productivos y de generación de mejor nivel de vida social, presenta necesariamente un impacto ambiental según el medio en que se encuentre; por ello es fundamental establecer planes de prevención y mitigación de los factores o efectos que tienen gran incidencia dentro del proyecto e impacto social y ambiental para la comunidad en general.

Para el caso particular de la tienda café existen varios efectos que presentan un alto grado de impacto ambiental para con la comunidad de la región y su medio ambiente, durante la remodelación del local, así como durante el desarrollo del proyecto, entre ellos se pueden precisar:

- Contaminación visual. En relación con el proyecto se deben tener en cuenta los elementos publicitarios a utilizar y sobre los cuales se harán las respectivas correcciones y ajustes para adaptarse a lo establecido por la Ley.

En cuanto a la respectiva ubicación de la publicidad exterior visual la tienda se acogerá a las disposiciones en la Ley 140 del 23 de junio de 1994.

En cuanto a la publicidad en el área urbana se cumplirán con los requisitos exigidos ya que la valla se acoge a la norma de distancia en la vía

- Ruido. Uno de los efectos que tendrá mayor impacto en la comunidad de Barbosa por parte de la tienda son las emisiones de ruido, por lo cual se ha establecido la necesidad de acogerse a los parámetros que expresa la norma decretada por el MINISTERIO DE SALUD en la Resolución 8321 del 4 de agosto

de 1983, “Por la cual se dictan normas sobre protección y conservación de la audición de la salud y el bienestar de las personas, por causa de la producción y emisión de ruidos”.

6.4 EVALUACIÓN FINANCIERA

Para la realización de la evaluación del proyecto resulta de gran utilidad el flujo de caja proyectado, para su elaboración se tuvo en cuenta:

- El horizonte de evaluación económica a cinco años.
- El cálculo de las inversiones totales necesarias.
- La determinación de las utilidades propuestas.

La evaluación financiera de este proyecto recopila información necesaria de los estudios de mercado, técnico y financiero, se analiza para establecer la viabilidad del proyecto, es decir, que la decisión final sobre la realización del proyecto se basa en esta evaluación.

Se realiza con dos fines:

El primero tomar una decisión de aceptación o rechazo y el otro definir la rentabilidad del proyecto.

Para la evaluación del proyecto se tuvo en cuenta dos criterios:

1. Análisis del Valor Presente Neto (VPN)
2. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

6.4.1 Valor presente neto (VPN)

Interés del 20% para proyectos de inversión

n = 5 años

$$\text{VPN} = -30.000.000 + 9.370.228 (1 + 0.20)^{-1} + 10.706.759 228 (1 + 0.20)^{-2} + 12.073.427 228 (1 + 0.20)^{-3} + 13.471.528 228 (1 + 0.20)^{-4} + 19.879.086 228 (1 + 0.20)^{-5}$$

$$\text{VPN} = - 30.000.000 + 7.808.523,33 + 7.435.249,31 + 6.986.936,92 + 6.496.685,96 + 7.988.958,82$$

$$\text{VPN} = 6.716.345$$

Como puede apreciarse, el VPN de 6.716.345 es bastante significativo si tenemos en cuenta que la inversión es de apenas \$30.000.000 a precio de hoy y que la rentabilidad esperada de proyecto es del 20%.

No se puede calcular una rentabilidad mayor, ya que la incertidumbre económica que existe en Colombia en este momento a consecuencia de factores no solo macroeconómicos, sino climáticos y ambientales hacen impredecible cualquier cálculo optimista en el rol de los negocios en general a corto y mediano plazo.

Cabe anotar que matemáticamente el VPN indica viabilidad del proyecto cuando es mayor a 0, como es el caso y su cálculo señala los valores de los rendimientos de cada uno de los 5 periodos del proyecto a precios de hoy.

6.4.2 Tasa Interna de Retorno (TIR). Se determina teniendo como base el VPN como indicador económico, teniendo en cuenta que las utilidades futuras llevadas a valor actual de las mismas utilidades sea exactamente igual a la inversión inicial así:

$$\text{TIR: VPN (TIR)} = 0$$

$$\text{TIR} = 6.716.354 (1+\text{TIR})^{-5} - 30.000.000 = 0$$

$$6.716.354 (1+TIR)^{-5} = 30.000.000$$

$$\frac{30.000.000}{6.716.354} = (1+TIR)^{-5 * (-1)}$$

$$= 4.46670917 = (1+TIR)^5$$

$${}^5\sqrt{4.46670917} = {}^5\sqrt{(1+TIR)^5}$$

$${}^5\sqrt{4.46670917} = (1+TIR)$$

$${}^5\sqrt{4.46670917} - 1 = TIR$$

$$4.46670917^{(1/5)} - 1 = TIR$$

$$0.3489 \text{ TIR}$$

$$0.3489 \times 100 = 34.89\%$$

$$TIR = 34.89 \%$$

La Tasa Interna de Retorno de 34.89% es altamente significativa para determinar la viabilidad del proyecto sobre un margen de rentabilidad estimado del 20%. No sobra agregar que este indicador es certero en la medida en que todos los rendimientos del proyecto sean reinvertidos en el mismo, procedimiento que se ha tenido en cuenta para el desarrollo del proyecto.

Esta cifra también representa plena viabilidad del proyecto, ya que está por encima de la tasa de rentabilidad calculada en un 20%; por otra parte conviene agregar que la rentabilidad del sector de alimentos procesados dentro del cual se ubica el proyecto en zonas descentralizadas se encuentra en un rango del 18% al 20%.

6.4.3 Periodo de recuperación

- **Periodo de recuperación de la inversión (PRI)**

PRI = Inversión inicial / Ingreso promedio

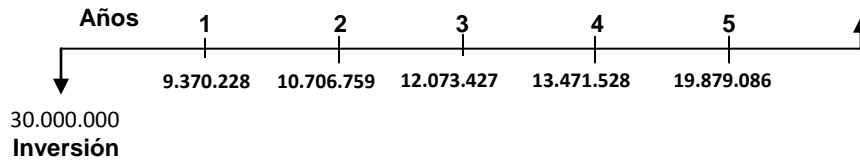


Tabla 112. Período de recuperación

P	F.C. Neto	0.20%	F.C. Actual	F.C. Acumulada.
0	-30.000.000	1.0000	-30.000.000	-30.000.000
1	9.370.228	0.8333	7.808.523,33	-22.191.476,67
2	10.706.759	0.6944	7.435.249,31	-14.756.227,36
3	12.073.427	0.5787	6.986.936,92	-7.769.290,44
4	13.471.528	0.4822	6.496.685,96	-1.272.604,48
5	19.879.086	0.40188	7.988.958,82	6.716.354,34

$$PRI = \frac{1.272.604 \times 360}{7.988.958,82} = 58 \text{ Días}$$

PRI = 4 Años y 58 días.

- **Relación beneficio - costo.**

$$B/C = \frac{6.716.354,34}{30.000.000} \times 100 = 22.39\%$$

Se plantea como el valor relativo resultante de dividir el Valor Presente Neto de los ingresos durante la vida útil del proyecto sobre el valor de la inversión. Este resultado de beneficio costo arroja un porcentaje de rendimiento del 22.39% superior para el segmento del mercado del proyecto, que se encuentra sobre el 20%.

6.4.4 Análisis de razones financieras

- **Razones de liquidez.** Miden la capacidad de la empresa de generar recursos para atender sus compromisos corrientes o de corto plazo, tanto operativos como financieros.

La razón corriente, se obtiene dividiendo los activos corrientes sobre los pasivos corrientes

$$\text{Año 1} = 35.994.076 / 5.045.508 = 7.13$$

Para el primer año de funcionamiento la empresa cuenta con \$7.13 como respaldo a cada peso que la empresa deba a corto plazo. La empresa inicia con un buen nivel de liquidez y se mantiene durante los cinco años proyectados, siempre y cuando se presenten las proyecciones presupuestadas dentro del proyecto de inversión.

- **Nivel de endeudamiento.** Indica el porcentaje de participación de los acreedores dentro de la empresa. Se determina dividiendo los pasivos totales por los activos totales.

$$\text{Año 1} = 5.045.508 / 44.415.736 = 0.11$$

Terminado el primer ejercicio contable, la razón indica que por cada peso que la empresa tiene invertidos en activos el 0.11 queda como remanente de la financiación de los acreedores,

- **Rotación de activos totales.** Corresponden a los activos totales sin descontar la depreciación, se calcula dividiendo las ventas en los activos totales brutos.

$$\text{Año 1} = 118.539.400 / 45.948.736 = 2.58$$

La rotación de los activos totales de la empresa para el año 1 fue de 258 veces otra interpretación es que por cada peso que se tiene invertido en activos se generaron unas ventas de \$2,58.

- **Margen neto de ganancias.** Este se calcula dividiendo la utilidad neta por las ventas netas

$$\text{Año 1} = 8.433.205 / 118.539.400 = 0.07$$

Esta razón muestra un margen aceptable de utilidad después de haber realizado todas las erogaciones sobre las ventas.

CONCLUSIONES

El desarrollo del proyecto demuestra su factibilidad en razón de que los estudios arrojaron datos verídicos tanto de aceptación por parte de la comunidad en la región, como la evidencia por la necesidad de la generación de nuevas empresas que permitan incentivar el turismo y la consolidación de la región y el municipio de Barbosa como destino para visitar, así como de la creación de nuevas instalaciones que permitan engalanar y apoyar el desarrollo urbanístico de la región.

Al finalizar el proceso de formulación para la creación de una tienda de cafe, “Kfe Ltda.” se puede concluir que existe una demanda suficiente para iniciar un proceso de inversión en este proyecto, se pudo concretar una demanda insatisfecha de prestación del servicios.

A través los resultados obtenidos en el estudio de mercado se logró evidenciar la escasez de oferentes que prestan servicios similares, lo que le permite, demostrar en un mercado insatisfecho la calidad de un nuevo servicio que solo hasta hoy podían obtener en las grandes ciudades como es el servicio de bebidas a base de café.

A través del estudio técnico se pudo demostrar la factibilidad del proyecto desde el punto de vista tecnológico, la consecución de los recursos y un talento humano que permite lograr los objetivos buscados por la empresa; no existe ninguna limitante en cuanto a equipos ya que estos son de fácil adquisición, se logró determinar una distribución en planta que permite el desarrollo de procesos productivos y por último se logró fijar la localización del la empresa.

La empresa no presenta ningún problema en lo referente a aspectos legales, el proyecto es viable y cumple con todas las condiciones exigidas por la ley y las entidades gubernamentales, la empresa se encuentra en capacidad de brindar empleo a un buen número de personas para poder contribuir con el mejoramiento del nivel económico del municipio.

A través del análisis financiero se pudo determinar el monto de los recursos necesarios para llevar a cabo la instalación de la empresa, se pudo demostrar que la empresa es rentable no obstante presenta una TIR del 34.89% y el periodo de recuperación de la inversión se da en el cuarto años y cincuenta y ocho días.

El proyecto es viable financieramente ya que los recursos se lograron obtener a través de inversionistas que confían en las expectativas del proyecto y los logros que pueden generarse.

Las evaluaciones del proyecto demostraron que la empresa presenta un gran aporte social para la región, ya que pretende consolidar la región aún más como destino turístico gracias a su aporte en instalaciones, se aporta en materia de orden social ya que se contribuye con disminuir el nivel de desempleo en la región; La evaluación ambiental demostró que no existen impedimentos para llevar a cabo el desarrollo del proyecto, existen algunos efectos por contrarrestar y sobre los cuales se deben tomar medidas necesarias, pero que no presentan impedimento alguno para su realización.

Por lo anterior expuesto se concluye que el proyecto es factible teniendo en cuenta que se demostró la viabilidad de mercados, tecnológica, desde el punto de vista legal, financiero y ambiental.

BIBLIOGRAFÍA

AGENDA DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA PARA LA PROVINCIA DE VÉLEZ, 2005 – 2015.

ALCALDÍA DE BARBOSA S.S. Esquema De Ordenamiento Territorial Barbosa 2002 – 2009; Partes I y II, Capítulos I, II y III respectivamente.

_____.Plan de Desarrollo Barbosa 2008 – 2011.

CÁMARA DE COMERCIO, SEDE BARBOSA S.S.; folletos informativos, archivos institucionales.

_____. SEDE MONQUIRÁ S.S.; folletos informativos, archivos institucionales

COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO. Disponible en Internet: <http://consultas.mincomercio.gov.co/tms/> (Fecha de consulta: 10 de septiembre)

_____. DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA DANE. Proyecciones municipales de población 2005 – 2020. Disponible en Internet: <http://www.dane.gov.co>

_____. DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN. Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad. Documento Regional.

GOBERNACIÓN DE SANTANDER. Contexto socioeconómico del Departamento de Santander. Fecha de consulta: 06 de Octubre de 2008.

LAGOS, Erick Fernando. Elaboración del inventario turístico como herramienta de desarrollo turístico en el municipio de Barbosa S.S. Trabajo de grado Sena.

LEY 814 DE 2003. Creación del fondo para el desarrollo cinematográfico. Fecha de consulta: 28 de Octubre de 2008.

NOREXPORTE. ICONTEC. Introducción a la Norma Técnica Colombiana NTC 6001. Fecha de consulta: 06 de Diciembre de 2008

Anexo A. Encuesta a hogares
UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
GESTIÓN EMPRESARIAL VIII SEMESTRE
BARBOSA SANTANDER 2009

Somos estudiantes de la Universidad Industrial de Santander del programa de Gestión Empresarial, estamos realizando un estudio sobre la viabilidad de la creación de una tienda de café en la ciudad de Barbosa y deseamos conocer su valiosa opinión.

Nombres y apellidos: _____

Género: femenino _____ Masculino ____ edad: _____

Estrato al que pertenece: _____

Ocupación: _____

1. ¿Consume usted bebidas a base de café?

Si: _____ No: _____ porque: _____

2. ¿Cuál o cuáles de los siguientes productos a base de café son los que más consume y cuál es el promedio de su consumo diario?

a) Expreso Clásico _____

d) Capuchino _____

e) Frappe _____

f) Malteada de Café _____

3. Semanalmente cuál es el consumo de los siguientes productos

a) Café espresso tasa de 50 mm _____

b) Frappe tasa de 150 _____

c) Capuchino 150 mm _____

d) Malteada 250 mm _____

4. ¿Si existiera una tienda exclusiva que ofreciera variedad y productos de café, en que sector le gustaría que estuviera ubicado?

- a) En la carrera 9, zona rosa del Municipio de Barbosa ____
- b) Cerca al parque principal de la ciudad ____
- c) Hacia las afueras de la ciudad ____

5. La decoración está enfocada a un sitio con un ambiente agradable, limpio, reflejado en colores claros, muebles en acero, algunos cuadros y lámparas. Agregaría usted algo a la propuesta de decoración de la tienda.

- a. Rocola _____
- b. Muro de Firmas _____
- c: Un mensaje en el muro _____
- d. Ninguna de las anteriores _____

6. ¿Qué música le gustaría oír?

- a) Clásica ____
- b) vallenato ____
- c) Rock ____
- d) Tropical ____
- e) Pop ____
- f) Otra _____ Cual _____

7. ¿Le gustaría escuchar música en vivo?

Si: _____ No: _____ porque: _____

8 ¿Qué tipo de servicio adicional le gustaría encontrar?

- a) Internet inalámbrico ____
- b) Domicilios ____
- c) Revistas y periódicos _____

9. ¿En qué horario le gustaría que estuviera abierta

- a) Todo el día ____
- b) En la tarde ____

- c) en la noche _____
- d) Tarde y noche _____

10. ¿Cuál sería el precio que pagaría por una bebida a base de café?

Frappe

- a) entre 3.000 y 6.000 pesos _____
- b) entre 6.000 y 8.000 pesos _____
- d) más de 8.000 pesos _____

Expresso

- a) entre 1.000 y 3.000 pesos _____
- b) entre 3.000 y 5.000 pesos _____
- d) más de 5.000 pesos _____

Malteada

- a) entre 2.000 y 4.000 pesos _____
- b) entre 4.000 y 6.000 pesos _____
- d) más de 6.000 pesos _____

Capuchino

- a) entre 3.000 y 6.000 pesos _____
- b) entre 6.000 y 8.000 pesos _____
- d) más de 8.000 pesos _____

11. Aparte de las bebidas a base de café, ¿cuál de los siguientes productos le gustaría encontrar en la tienda?

- a) Galletas de Café
- b) Vinos de Café
- c) Mermelada y arequipe de café
- d) Dulces de café
- e) Otro _____ Cual _____

12. ¿Le gustaría que el cobro fuera antes o después del consumo?

- a) Antes _____ b) Después

13. ¿Le gustaría que el personal de atención al público se encuentre uniformado en forma distintiva?

a) Si le gustaría _____

b) No le gustaría _____

Porque _____

14. ¿Está de acuerdo en que en la tienda hayan empaques naturales y originales que sirvan para obsequio o recuerdo de algunos de los productos que se encuentran en la tienda?

- a) SI _____ b) NO _____

15. ¿Qué recomendaciones haría para la apertura de una tienda de café?

Anexo B. Entrevista a empresa competidora

Cuestionario aplicado a la tienda de café “Caramelo Espresso”

Cuestionario aplicado a la Tienda de café “Caramelo Espresso” , donde se le hizo una serie de preguntas para identificar aspectos importantes y así determinar los factores que inciden al momento del montaje de la Tienda café Kfe

1. ¿CUÁNTO LLEVA FUNCIONADO CAMELO ESPRESS EN EL MUNICIPIO DE BARBOSA?

- a. de 0 a 1 año _____
- b. de 1 a 2 años _____
- c. Más de 2 años _____

2. ¿CUÁNTOS EMPLEADOS LABORAN EN CAMELO ESPRESS?

- a. 1 a 2 personas _____
- b. 2 a 5 personas _____
- c. más de 5 personas _____

3. ¿CUÁL HORARIO DE ATENCIÓN EN CAMELO ESPRESS?

- a. de 7:00 a.m. a 10:00 a.m. _____
- b. de 8:00 a.m. a 12:00 p.m. _____
- c. de 2:00 p.m. a 10:00 p.m. _____

4. ¿CUÁL ES EL VENTA SEMANAL EN PROMEDIO DE PRODUCTOS LIDERES (Tasas)

- a. Expreso Clásico _____
- b. Capuchino _____
- c. Frappe _____
- d. Malteada _____

5. ¿QUÉ PRECIOS MANEJAN EN LOS PRODUCTOS LÍDERES?

- a. Expreso Clásico _____
- b. Capuchino _____
- c. Mini Capucchino _____
- d. Malteada _____

6. ¿QUÉ SERVICIOS ADICIONALES OFRECEN EN CAMELO ESPRESS?

- a. Domicilios _____
- b. Música en Vivo _____
- c. Rokola _____
- d. Internet _____

7. ¿QUE MEDIO DE PUBLICIDAD UTILIZA SU EMPRESA PARA PROMOCIONARLA?

- a. Personal _____
- b. Radio _____
- c. Volantes _____
- d. Pasacalles _____

8. ¿EN ESTE MOMENTO CUÁLES SON LAS VENTAJAS DE LA EMPRESA?

9. ¿CUÁLES SON LAS DESVENTAJAS DE SU EMPRESA?

10. QUE CAMBIARIA EN ESTE MOMENTO EN SU EMPRESA PARA MEJORARLA?

Anexo C. Cotizaciones

Tandem

Medellín, 2010

Señores

TIENDA DE CAFÉ Kfé

Barbosa- Sder

Respetados Señores , deseamos ser parte de sus proveedores en lo relacionado con sillas, mesas, butacos metálicos, o en metal plástico, le relaciono presentación de la empresa y le solicito una cita para que conozca nuestra propuesta.

Estamos interesados en presentarle nuestros novedosos productos, somos una empresa antioqueña productora de sillas, muebles y divisiones de cafeterías , tenemos productos económicos , de excelente diseño , gran durabilidad y excelente rotación, que pueden enriquecer su oferta de productos.

Nuestra logística de despachos comprende todas las regiones de Colombia, esperamos poder tener una charla con ustedes para poder profundizar más nuestra propuesta

Nuestra empresa existe desde hace cuarenta años y en los últimos 10 viene promoviendo el mueble metálico de cafeterías con diseños modernos y una renovación permanente.

A continuación le presentamos varios diseños.



Valor del juego de mesa con 4 sillas \$410.000 con el color de su preferencia



Butaco para la barra \$353.000



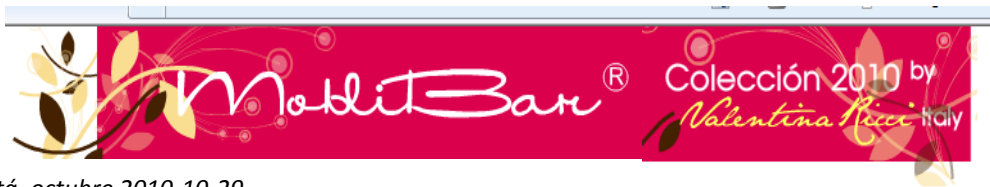
\$ 200.000 cada una

Las sillas originales de la nueva colección llamada Diva, sencillamente llaman la atención. Su diseño circular y su brillo no dejan a nadie indiferente.

El corte asimétrico de la silla es muy atrevido y le da un toque desenfadado.

Está disponible en varios colores. Y es ideal para la cafetería

JUAN CARLOS GÓMEZ BETANCUR
Asesor Comercial
Celular 312 842 20 14
jgomez.ofiline@gmail.com
Skipe suseleccion



Bogotá, octubre 2010-10-29

Señores

TIENDA DE CAFÉ KFE

Barbosa – Santander

A continuación nos permitimos dar respuesta a su solicitud

SILLA HOJA ESPECTACULAR PROMOCION - NOVEDOSA - Y CON PREMIOS DE DISEÑO

Aproveche la mejor silla de cafetería existente en el mercado, reconocida por la excelencia de su diseño, aproveche el mínimo precio y la gran imagen que le da a su negocio la silla Hoja, resalte ya su negocio dándole una imagen ultra moderna.

PRECIO POR SILLA

Solo \$ 74.200 (IVA Incluido)



PRECIO DE LA MESA

Solo \$ 70.000 (IVA Incluido)

PRECIO DEL JUEGO

Solo \$ 366.000 (IVA Incluido)



Atentamente.

MARÍA LOURDES MORENO

Gerente de ventas

01 800 211 0086