

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE APLICACION MOVIL DE PUBLICIDAD Y
PROMOCIÓN DIRIGIDO A LOS BARES, DISCOTECAS Y RESTAURANTES DE
LA CIUDAD DE BUCARAMANGA.**

**CLAUDIA INÉS CHISICA RODRIGUEZ
IRIS ZULAY MOTTA RIVERA**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2015**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE APLICACION MOVIL DE PUBLICIDAD Y
PROMOCIÓN DIRIGIDO A LOS BARES, DISCOTECAS Y RESTAURANTES DE
LA CIUDAD DE BUCARAMANGA.**

**CLAUDIA INÉS CHISICA RODRIGUEZ
IRIS ZULAY MOTTA RIVERA**

**Proyecto de grado presentado como requisito para obtener el título de
Profesional en Gestión Empresarial**

**Director
LUIS EDUARDO TORRES GALVIS
Economista**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2015**

DEDICATORIA

A Jehová Dios que me dio fortaleza, salud, esperanza y sabiduría para culminar este proyecto.

A mi amado esposo Carlos Eduardo, cuyo amor, cariño y apoyo incondicional, son el soporte más grande que pude tener para lograr mis metas y son evidencia de su gran amor. ¡Gracias ¡

A mis adorados hijos Nathalia, Jerson David y Juan Esteban, quienes espontáneamente me prestaron el tiempo que les pertenecía, necesario para terminar mis estudios y me motivaron siempre con muestras de amor ¡gracias mis amados hijos!

A mis padres Héctor José y María Angélica quienes me enseñaron desde pequeña a luchar para alcanzar mis metas.

A nuestra universidad UIS por abrirnos las puertas de un mundo pleno de conocimiento y al gran equipo de tutores que fueron guías, consejeros y amigos, brindándonos todo su saber.

Y a todos aquellos que nunca dudaron que alcanzaría este triunfo, Les dedico con mucho amor y cariño este gran logro en mi vida.

¡MIL GRACIAS ¡

CLAUDIA INÉS CHISICA RODRIGUEZ

DEDICATORIA

Agradezco a mi Padre Jehová, por haber iluminado mi camino, por haber hallado gracia en mí y darme todo lo que necesitaba para poder emprender y culminar este hermoso sueño. Gracias Dios por el amor infinito que me has regalado al permitirme llegar victoriosa a la meta.

Gracias a mi Madre y mi Padre y a todos los demás miembros de mi primera familia por entenderme, comprenderme y ayudarme en el tiempo que duro este gran desafío, sin ustedes no hubiera sido posible.

Gracias a mi Dulce esposo Alexander por estar ahí siempre, regalándome su amor, compañía, apoyo y comprensión, muchas gracias mi Ali. Dios te bendiga enormemente por todo lo que hiciste por mí, por nosotros.

Gracias a mi hijo Sebastián por haberme prestado del tiempo que le correspondía, mientras estudiaba con persistencia, deseo enormemente que esta meta la sientas como tuya porque tú eres el motor de mi vida.

Finalmente agradezco a todas las personas que en el transcurso de mi carrera fueron ayuda para este logro, Dios los puso en mi vida para Bendecirme y agradezco a cada uno por haberme regalado de su tiempo y su conocimiento. **Josué 1:9** Esfuérzate, se valiente; no temas ni desmayes, porque Jehová tu Dios estará contigo en dondequiera que vayas.

IRIS ZULAY MOTTA RIVERA

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	20
1. GENERALIDADES	22
1.1 PANORAMA DEL SECTOR.	22
1.2 CONTEXTO GEOGRAFICO	28
1.3 ASPECTOS LEGALES	29
2. ESTUDIO DE MERCADOS	33
2.1. OBJETIVOS	33
2.1.1. Objetivo General	33
2.1.2. Objetivos Específicos	33
2.2. DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO	34
2.2.1. Descripción, usos y especificaciones del servicio	35
2.2.2. Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia.	39
2.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	41
2.3.1. Mercado potencial.	42
2.3.2. Mercado objetivo	42
2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	43
2.4.1. La Demanda	43
2.4.2. Tabulación, presentación y análisis de resultados	46
2.4.3. Estimación de la demanda	53
2.4.4. Proyección de la demanda.	54
2.5 OFERTA O COMPETENCIA	54
2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	55
2.7 CANALES DE COMERCIALIZACION	57
2.7.1 Estructura de los canales actuales	57
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales	57
2.7.3 Selección de los canales de comercialización	59
2.8 PRECIO	60
2.8.1 Análisis de precios de la competencia	60
2.8.2 Estrategias de fijación de precios	61
2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCION	62
2.9.1 Objetivos	62
2.9.2 Logotipo	63
2.9.3 Slogan	63
2.9.4 Análisis de medios	64
2.9.5 Selección de medios	65
2.9.6 Estrategias Publicitarias	66
2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción	67

3. ESTUDIO TÉCNICO	68
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	68
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto	68
3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto	68
3.1.3 Capacidad del proyecto	70
3.2 LOCALIZACION	73
3.2.1 Macro localización	73
3.2.2 Micro localización.	77
3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO	81
3.3.1 Ficha técnica del servicio.	82
3.3.2 Descripción técnica del proceso	82
3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento	83
3.3.4 Control de calidad	84
3.3.5 Recursos	85
3.3.6 Análisis de Proveedores	87
3.3.7. Distribución de planta	87
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	89
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN	89
4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL	90
4.2.1 Visión	90
4.2.2 Misión	90
4.2.3 Objetivos	90
4.2.4 Políticas	92
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	93
4.3.1 Organigrama	93
4.3.2 Descripción y perfil de cargos	94
4.3.3 Asignación salarial	98
5. ESTUDIO FINANCIERO	103
5.1. INVERSIONES	103
5.1.1 Inversión Fija	103
5.1.2 Inversión diferida	105
5.1.3 Inversión de capital de trabajo	106
5.1.4 Inversión total	111
5.1.5 Fuentes de financiación	112
5.2 COSTOS Y GASTOS	114
5.2.1. Costos y gastos fijos	114
5.2.2. Costos y gastos variables	115
5.2.3. Costo y gasto total unitario	115
5.3. PRECIO DE VENTA	116
5.4. PROYECCIONES FINANCIERAS	116
5.4.1. Ingresos	116
5.4.2. Egresos	117
5.5. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS	117

5.5.1 Estado de Resultados Proyectados a 5 años	118
5.5.2 Flujo de Caja Proyectado	118
5.5.3 Balance General inicial y proyectado	119
6. EVALUACION DEL PROYECTO	121
6.1. EVALUACION SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	121
6.2 EVALUACION AMBIENTAL	122
6.2.1 Matriz de evaluación de impactos	123
6.2.2 Plan de mitigación dentro de un desarrollo sostenible	126
6.2.3. Programa de manejo ambiental de residuos	129
6.2.4 Programa de uso eficiente y manejo de recursos	134
6.2.5. Programa de seguimiento	135
6.3 EVALUACION FINANCIERA	137
6.3.1 Valor presente neto	137
6.3.2 Tasa interna Retorno TIR	137
6.3.3 Periodo de recuperación	138
6.3.4. Análisis de las Razones Financieras	138
6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	141
7. CONCLUSIONES	143
8. RECOMENDACIONES	145
BIBLIOGRAFIA	146
ANEXOS	149

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Vive digital	24
Figura 2. Descarga de Aplicación.	35
Figura 3. Interfaz de eventos	36
Figura 4. Icono de servicios.	37
Figura 5. Icono de Rutas	38
Figura 6 Icono de Mi foto	39
Figura 7 Canal de comercialización directo	58
Figura 8 Canal de comercialización indirecto	58
Figura 9. Canal de Comercialización propuesto.	60
Figura 10. Estrategia para la fijación del precio del servicio publicitario.	61
Figura 11. Logotipo	63
Figura 12. Slogan de la empresa	64
Figura 13. Mapa de localización Bucaramanga	73
Figura 14. Ficha técnica Bucaramanga	73
Figura 15. Diagrama de proceso.	83
Figura 16. Distribución de planta para la oficina	88
Figura 17. Organigrama de Evensite Ltda.	94
Figura 18. Política Ambiental	127

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Porcentaje de servicio del medio publicitario	47
Gráfico 2. Medios publicitarios y su efectividad	49
Gráfico 3. Porcentaje de aceptación de publicidad por medio de aplicación móvil.	50
Gráfico 4. Porcentaje de inversión en publicidad	51
Gráfico 5. Viabilidad de utilizar una aplicación móvil para dar publicidad en la Ciudad de Bucaramanga.	52
Grafico 6. Punto de equilibrio en unidades	142

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Ficha Técnica.	45
Cuadro 2. Porcentaje de medio publicitario por Discotecas, Bares y Restaurantes	46
Cuadro 3. Medios publicitarios actuales y su efectividad	48
Cuadro 4. Porcentaje de aceptación de publicidad por Aplicación Móvil	50
Cuadro 5. Inversión mensual de las Discotecas, Bares y Restaurantes en publicidad	51
Cuadro 6. Viabilidad de utilizar la Aplicación Móvil	52
Cuadro 7. Proyección de la demanda.	54
Cuadro 8. Benchmarking	55
Cuadro 9. Demanda potencial insatisfecha	56
Cuadro 10. Presupuesto publicidad de lanzamiento.	67
Cuadro 11. Presupuesto publicidad de operación.	67
Cuadro 12. Capacidad diseñada	70
Cuadro 13. Suplementos personal.	71
Cuadro 14. Capacidad instalada	71
Cuadro 15. Capacidad utilizada para el primer año	72
Cuadro 16. Proyección de la capacidad utilizada a 5 años.	72
Cuadro 17. Descripción de factores para la ubicación del proyecto	78
Cuadro 18. Ponderación de los factores y puntuación de factores y grados.	80
Cuadro 19. Determinación de la ubicación de la oficina.	81
Cuadro 20. Ficha técnica del producto	82
Cuadro 21. Recurso humano.	85
Cuadro 22. Equipos de oficina, herramientas, muebles y enseres requeridos	85
Cuadro 23. Recurso de insumos requerido	86
Cuadro 24. Proveedores de equipos	87
Cuadro 25. Proveedores de muebles	87
Cuadro 26. Proveedores de insumos	87
Cuadro 27. Descripción de funciones del cargo Gerente general	94
Cuadro 28. Descripción de funciones del cargo Contador	95
Cuadro 29. Descripción de funciones de la Secretaria	96
Cuadro 30. Descripción de funciones del cargo Asesor Comercial	97
Cuadro 31. Descripción de funciones de Técnico en desarrollo de sistemas.	97
Cuadro 32. Asignación salarial por cargo	98
Cuadro 33. Base liquidación nomina Gerente	99
Cuadro 34. Base liquidación nomina Secretaria	100
Cuadro 35. Base liquidación nomina Asesor de ventas	101
Cuadro 36. Base liquidación nomina Técnico en sistemas servicio técnico y alimentador del sistema	102

Cuadro 37. Adecuación y montaje.	104
Cuadro 38. Maquinaria y equipo.	104
Cuadro 39. Muebles y enseres.	104
Cuadro 40. Equipo de oficina.	104
Cuadro 41. Total de inversión fija	105
Cuadro 42. Inversión diferida	105
Cuadro 43. Depreciación de activos fijo	107
Cuadro 44. Amortización de activos diferidos	107
Cuadro 45. Insumos.	108
Cuadro 46. Mano de obra directa.	108
Cuadro 47. Depreciación.	109
Cuadro 48. Mano de obra indirecta.	109
Cuadro 49. Insumos indirectos	109
Cuadro 50. Total costos de prestación del servicio	110
Cuadro 51. Gastos de administración y ventas.	110
Cuadro 52. Inversión capital de trabajo.	111
Cuadro 53. Inversión Total	112
Cuadro 54. Condiciones crédito bancario	112
Cuadro 55. Liquidación Mensual Crédito Bancario	112
Cuadro 56. Costos y gastos fijos	114
Cuadro 57. Costos y gastos variables	115
Cuadro 58. Costo unitario por servicio	115
Cuadro 59. Participación de los costos	115
Cuadro 60. Promedio PIB Constante	117
Cuadro 61. Promedio PIB Corriente	117
Cuadro 62. Presupuesto de ingresos proyectados a 5 años	117
Cuadro 63. Presupuesto de egresos proyectados a 5 años	117
Cuadro 64. Estado de resultados proyectados a 5 años	118
Cuadro 65. Flujo de caja directo proyectado a 5 años	118
Cuadro 66. Balance General proyectado a 5 años	119
Cuadro 67. Matriz de impactos	123
Cuadro 68. Indicadores Programa de Manejo Ambiental	129
Cuadro 69. Responsabilidad y Autoridad Ambiental	130
Cuadro 70. Identificación separación de residuos por color	131
Cuadro 71. Cronograma	133
Cuadro 72. Indicador de sensibilización recursos	134
Cuadro 73. Responsabilidad y Autoridad de indicadores Recursos	134
Cuadro 74. Cronograma campañas de sensibilización	135
Cuadro 75. Metas e indicadores programa de seguimiento	136
Cuadro 76. Responsabilidad y autoridad programa de seguimiento	136
Cuadro 77. Variables financieras	137
Cuadro 78. Periodo de recuperación	138
Cuadro 79. Cálculo punto de equilibrio en unidades	141

LISTADO DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A. Cuestionario Estructurado dirigido a la Demanda	149
ANEXO B. Listado de establecimientos de comercio (Discotecas)	151
ANEXO C. Listado de establecimiento de comercio (Bares)	155
ANEXO D. Listado de restaurantes	175

GLOSARIO

APLICACIÓN MOVIL. Una aplicación móvil, *apli* o *app* (en inglés) es una aplicación informática diseñada para ser ejecutada en teléfonos inteligentes, tabletas y otros dispositivos móviles. Por lo general se encuentran disponibles a través de plataformas de distribución, operadas por las compañías propietarias de los sistemas operativos móviles como Android, iOS, BlackBerry OS, Windows Phone, entre otros.

SISTEMA OPERATIVO. Un sistema operativo (SO o, frecuentemente, OS —del inglés Operating System—) es un programa o conjunto de programas que en un sistema informático gestiona los recursos de hardware y provee servicios a los programas de aplicación, ejecutándose en modo privilegiado respecto de los restantes y anteriores próximos y viceversa.

PLATAFORMA. En informática, una plataforma es un sistema que sirve como base para hacer funcionar determinados módulos de hardware o de software con los que es compatible. Dicho sistema está definido por un estándar alrededor del cual se determina una arquitectura de hardware y una plataforma de software (incluyendo entornos de aplicaciones).

WEB. Un sitio web es una colección de páginas de internet relacionadas y comunes a un dominio de Internet o subdominio en la World Wide Web en Internet. Una página web es un documento HTML/XHTML que es accesible generalmente mediante el protocolo HTTP de Internet.

PUBLICIDAD. La publicidad es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación y de técnicas de propaganda.

TICs. Pueden ser definidas en dos sentidos: Como las tecnologías tradicionales de la comunicación, constituidas principalmente por la radio, la televisión y la telefonía convencional, y por las tecnologías modernas de la información caracterizadas por la digitalización de las tecnologías de registros de contenidos como la informática, de las comunicaciones, telemática y de las interfases.

COMPETITIVIDAD. Que es capaz de competir en diferentes aspectos con un producto o servicio.

DEMANDA. Se denomina así a la decisión de los usuarios o clientes finales de adquirir un bien o servicio para satisfacer una determinada necesidad.

RESUMEN

TÍTULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE APLICACION MOVIL DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DIRIGIDO A LOS BARES, DISCOTECAS Y RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA.

AUTORES: CLAUDIA INÉS CHÍSICA RODRÍGUEZ**
IRIS ZULAY MOTTA RIVERA

PALABRAS CLAVES: Aplicación Móvil, Tecnologías de la Información y Comunicaciones, Internet, Publicidad, factibilidad, empresa comercializadora.

DESCRIPCIÓN

Esta investigación se realizó con el propósito de conocer la factibilidad para la creación de una Empresa Comercializadora de una aplicación móvil de publicidad y promoción dirigido a los Bares, Discotecas y Restaurantes de la ciudad de Bucaramanga, aprovechando todos los elementos necesarios para la publicidad de eventos sociales en la ciudad de Bucaramanga. La metodología utilizada en el presente proyecto es la descriptiva y concluyente en la cual se evidencia la veracidad de los datos obtenidos en cada estudio.

Para ello se realizó un estudio de mercados que permitió analizar la demanda y oferta, donde se determinó la demanda insatisfecha quienes son los clientes a atender y la posibilidad de penetrar el mercado con la propuesta de la nueva empresa, dando la posibilidad de comercialización del servicio, se analiza si existen oferentes.

El estudio técnico determinó el tamaño óptimo de la empresa los equipos y maquinarias para el proceso y el personal necesario para la actividad comercial, permitiendo optimizar tiempos y disminuir costos en la realización del proyecto. Este proyecto de comercialización de una aplicación móvil de publicidad es viable ya que el estudio financiero nos arrojó resultados positivos y con una tasa de retorno adecuado y rentable para sacar el proyecto adelante.

* Proyecto De Grado

** Instituto De Proyección Regional Y Educación A Distancia. Programa De Gestión Empresarial.
Director: Economista - Luis Eduardo Torres Galvis

ABSTRACT

TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A DISTRIBUTOR COMPANY OF MOBILE APPLICATION OF ADVERTISING AND PROMOTION AIMED AT THE BARS, CLUBS AND RESTAURANTS OF THE CITY OF BUCARAMANGA *

AUTHOR: CLAUDIA INÉS RODRÍGUEZ CHÍSICA **
IRIS RIVERA ZULAY MOTTA

KEYWORDS: Mobile Application, Information Technology and Communications, Internet, Advertising, feasibility, Marketing Company.

DESCRIPTION

This research was conducted with the purpose of knowing the feasibility for the creation of a trading company of a mobile application of advertising and promotion aimed at the bars, nightclubs and restaurants in the city of Bucaramanga, taking advantage of all the elements necessary for the advertising of social events in the city of Bucaramanga. The methodology used in this project is the descriptive and conclusive where there is evidence of the veracity of the data from each study.

For this was done a study of markets that enabled him to analyze the demand and supply, where it was determined the unmet demand who are the customers to attend and the possibility to penetrate the market with the proposal of the new company, giving the possibility of marketing the service, will be discussed if there are providers.

The technical study determined the optimum size of the company, equipment and machinery for the process and the necessary staff for the commercial activity, allowing to optimize time and decrease costs in the implementation of the project. This project's commercialization of a mobile application advertising is viable since the financial study gave us positive results and with a proper and profitable return rate to get the project later.

* Graduation Project

** Institute Of Regional Projection and Distance Education. Business Management Program.
Director: Economist - Luis Eduardo Torres Galvis

INTRODUCCIÓN

El siguiente proyecto de factibilidad surge a partir del momento en que las organizaciones, independientemente de su tamaño, deben constituir un adecuado plan de mercadeo y publicidad acorde con su actividad, productos y/o servicios ofertados y lo más importante en función del mercado objetivo hacia donde se quieren dirigir sus actividades con el alcance requerido para cautivar a un cliente específico en su perfil; teniendo en cuenta las necesidades del sector y las nuevas tendencias de un mundo empresarial cada día más cambiante motivado por la creatividad, la innovación, las nuevas tecnologías y el mercado globalizado.

Las discotecas, bares y restaurantes de la ciudad de Bucaramanga requieren de nuevas empresas que apoyadas en las nuevas tecnologías les presten servicios publicitarios enfocados en mejorar su imagen corporativa aumentando su nivel de competitividad en el sector, con información actualizada y en tiempo real de sus eventos.

Se define prestar un servicio publicitario para las discotecas, bares y restaurantes como respuesta a que en la ciudad de Bucaramanga la oferta de estos servicios publicitarios basados en las nuevas tecnologías como lo es una aplicación móvil no existen en el mercado (a la fecha en la Cámara de Comercio de Bucaramanga no hay matriculadas que presten este servicio.).

Ante estas situaciones planteadas la presente investigación pretende mostrar un proyecto factible requerido para ofertar en la ciudad de Bucaramanga una empresa comercializadora de un aplicativo móvil para prestar servicios publicitarios a las discotecas, bares y restaurantes de la ciudad. Este Novedoso e innovador proyecto de inversión, tendrá como nombre **“EVENSITE”**. La comercializadora tendrá este nombre para consolidar en el mercado la Aplicación móvil que tiene el mismo nombre EVENSITE, la cual fue creada por el señor FABIAN CARRILLO, esta aplicación ya existe en el mercado pero está enfocada solo en ferias y festividades de las diferentes ciudades del país, por este motivo nace una oportunidad de negocio al utilizar esta misma plataforma para ampliar el mercado con una empresa comercializadora de servicios publicitarios, enfocada en publicitar Bares, Discotecas y Restaurantes en la ciudad de Bucaramanga.

La temática empleada en el contenido de este proyecto se da en forma lógica y secuencial desarrollando cada uno de los capítulos con los explicaciones básicas que se requieren para el fácil entendimiento y evaluación del mismo, pasando por

las generalidades, estudio de mercados, estudio técnico, estudio administrativo, estudio financiero y evaluación del proyecto.

Inicialmente en el capítulo generalidades se relaciona la idea con el entorno, su panorama, se presenta el contexto geográfico y los aspectos legales del servicio. A continuación se presenta el capítulo sobre el estudio de mercados donde se describe el servicio, se identifica la demanda y la oferta existente, se define si existe competencia, se describe también el canal de comercialización, el precio y las estrategias de publicidad y promoción.

El capítulo de estudio técnico permite establecer el tamaño óptimo del proyecto, su localización, la ingeniería del proyecto, los proveedores, la distribución de planta y su logística. Con el estudio administrativo se define el tipo de sociedad que tendrá la empresa comercializadora de servicios publicitarios.

En el siguiente capítulo, sobre estudio financiero, se establecen las necesidades de inversión, los gastos, las fuentes de financiación, los costos, se presupuestan los ingresos y egresos, se determina el punto de equilibrio y los estados financieros. Luego en el último capítulo se presenta la evaluación del proyecto, en donde se determina si el estudio de factibilidad es viable para la posterior puesta en marcha de la empresa que se genera. El estudio finaliza con las conclusiones y recomendaciones que presentan los autores del proyecto con el ánimo de orientar a los ejecutores e inversionistas del mismo.

1. GENERALIDADES

El ser humano presenta la necesidad como especie de realizar reuniones sociales para poder compartir en diferentes aspectos, como la danza, la música, comida, y aspectos culturales de cada región, esta práctica se ve reflejada a través del tiempo desde que el hombre se reunía alrededor de una fogata en la época arcaica y fue evolucionando en diferentes sitios dependiendo de los gustos y clases sociales.

Con la llegada de la tecnología se crea un nuevo un canal de comunicación para la información de alternativas diferentes en entretenimiento, pero es tan grande el mercado que presenta este sector y la cantidad de formas de comunicación ya sea vía web por medio de diferentes páginas, que muchas veces el ser humano es confundido con información errónea o desactualizada en eventos y sitios.

Es por este motivo que se ve la oportunidad de crear una empresa comercializadora que tendrá el mismo nombre de la aplicación Evensite que basada en esta necesidad humana desarrolla una herramienta que pueda comunicar de una manera íntegra, completa y confiable la información de estos lugares y eventos que constantemente se están realizando, generando información en tiempo real.

Comercializar una Herramienta elaborada debido a la observación de las fallas que presenta la comunicación de esta clase de entretenimiento y teniendo en cuenta las estrategias de usabilidad para ofrecer de una manera organizada, los detalles en la información necesaria y útil de estos eventos y establecimientos sociales.

1.1 PANORAMA DEL SECTOR.

El Sector servicios o sector terciario es el sector económico que engloba todas aquellas actividades económicas que no producen bienes materiales de forma directa, sino servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades de la población facilitando la dirección, organización y la actividad productiva de los otros sectores.

Este sector abarca subsectores como comercio, transportes, comunicaciones, finanzas, turismo, hostelería, ocio, cultura, espectáculos, la administración pública y los denominados servicios públicos, los preste el Estado o la iniciativa privada

(sanidad, educación, atención a la dependencia), etc.

El servicio objeto de estudio va dirigido al sector de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones, ya que se trata de una Aplicación Móvil que ofrece servicios publicitarios que promueven la comunicación en tiempo real e incentivan el desarrollo comercial y tecnológico de la ciudad de Bucaramanga.

Como antecedentes del sector se puede destacar que a nivel mundial el año pasado más de 250 millones de personas se conectaron en línea por primera vez y, a finales de 2014, se prevé que cerca del 40 por ciento de la población mundial esté utilizando Internet. La tecnología y los servicios móviles siguen siendo el principal impulsor de la sociedad de la información, y el número de abonos a la banda ancha móvil se acerca ya a los 2 000 millones. Las redes móviles de banda ancha están permitiendo a un mayor número de personas conectarse a redes de alta velocidad y beneficiarse de un número creciente de aplicaciones y servicios².

Mientras sigue aumentando la velocidad de la banda ancha móvil, el precio de los servicios está bajando y las TIC se están haciendo más asequibles: en el plazo de cuatro años, los precios de la banda ancha móvil se han reducido en un espectacular 82 por ciento. Al mismo tiempo, el informe también muestra que el grado de aceptación de las TIC sigue siendo limitado en numerosos países en desarrollo, y especialmente en los países menos conectados (PMC) del mundo – un grupo de 39 países (que albergan a 2 400 millones de personas) con niveles de desarrollo de las TIC especialmente bajos. En este grupo de países, las TIC pueden convertirse en elementos fundamentales a la hora de alcanzar los objetivos de desarrollo nacionales e internacionales y son las que más repercusiones tienen sobre el desarrollo, siendo necesario que sean objeto de una mayor atención en el plano político³.

Los jóvenes de todo el mundo son los usuarios más activos de las TIC. Por primera vez, se ha elaborado un modelo a fin de calcular el número de los llamados “nativos digitales” – los jóvenes con una sólida experiencia de las TIC que son los impulsores de la sociedad de la información. Mientras que hoy los nativos digitales representan un 30 por ciento de la población joven, el informe muestra que, en los próximos cinco años, se espera que se duplique la población

² Oficina de Desarrollo de las Telecomunicaciones (BDT).- Unión Internacional de Telecomunicaciones <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/mis2013.aspx>. Consultado el 25 de noviembre de 2014.

³ Oficina de Desarrollo de las Telecomunicaciones (BDT).- Unión Internacional de Telecomunicaciones <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/mis2013.aspx>. Consultado el 25 de noviembre de 2014.

nativa digital en el mundo en desarrollo. El informe también arroja nueva luz sobre las últimas tendencias de las aplicaciones móviles, otro de los motores de la creciente sociedad de la información ⁴.

Antecedentes de las Telecomunicaciones en Colombia: Las Conexiones de Internet en Colombia pasaron de 2,2 a 7,2 millones⁵.

Figura 1. Vive digital



Fuente: Ministerio TIC: rendición de cuentas. Foto: mintic.gov.co Fuente: Redacción Tecnología Diario El Tiempo y disponible en Internet en la página: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12996889>. Fecha de publicación 16 de agosto de 2013.

En tres años la conectividad en el país aumentó en cinco millones. Durante los últimos tres años las conexiones del país a Internet pasaron de 2,2 millones a 7,2 millones. Se cumplió el 86 por ciento de la meta que el Gobierno del presidente Santos se trazó (8,8 millones)⁶, para cumplir con el propósito de reducir la pobreza y generar empleo. Las conexiones en los hogares han aumentado en un 90 por ciento, esto incluye a sectores rurales que no contaban con acceso a la web, y se espera que para el 2014 la mitad tenga servicio a Internet. Colombia, de acuerdo

⁴ Oficina de Desarrollo de las Telecomunicaciones (BDT).- Unión Internacional de Telecomunicaciones <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/mis2013.aspx>. Consultado el 25 de noviembre de 2014.

⁵ Ministerio TIC: rendición de cuentas. disponible en Internet en la página: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12996889>. Fecha de publicación 16 de agosto de 2013. Consultado el 25 de noviembre de 2014.

⁶ Ministerio TIC: rendición de cuentas. disponible en Internet en la página: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12996889>. Fecha de publicación 16 de agosto de 2013. Consultado el 25 de noviembre de 2014.

al último informe publicados por las Naciones Unidas en 2012⁷, se posiciona en el sexto lugar, teniendo en cuenta la disponibilidad de información electrónica y prestación de servicios electrónicos que éste provee.

Los estratos 1 y 2 fueron los más beneficiados con este proyecto, donde la conectividad creció un 200 por ciento en un periodo de 2 años. Estas familias reciben subsidios de Internet de banda ancha para computadores, como también reducción en las tarifas para este servicio. Esta cobertura cuenta, además, con la implementación de espectro que va a permitir la llegada de las redes 4G, lo que mejora notablemente la velocidad para navegar en la web. En cuanto al apoyo a la educación, el Ministerio TIC ha afirmado que las escuelas públicas recibirán 669 mil computadores y 1'132.000 tabletas ampliar la cobertura, de la mano con una la reducción de aranceles que estará vigente por dos años más, con el fin de que los colombianos adquieran computadores a menor costo. Ahora, Colombia posee la red más grande de emprendedores de América Latina con 35 mil colombianos vinculados a App.co. Además, se crearon los ViveLabs, centros de alta tecnología en donde desarrolladores de aplicaciones y creadores digitales pueden entrenarse y crear nuevos negocios. Los nuevos proyectos para reforzar las conexiones a Internet a nivel nacional han mejorado, en parte, las comunicaciones en todo el territorio nacional⁸.

Una mirada a la gestión del Ministerio TIC: A diferencia de varios sectores de la economía en los que se comienza a percibir un menor crecimiento, las Tecnologías de Información y las Comunicaciones (TIC) atraviesan un periodo de auge y desarrollo que nunca antes se había experimentado en el país.

Si bien no se trata de un caso particular, pues el vertiginoso desarrollo de las TIC es un fenómeno a escala mundial, durante los últimos tres años este Gobierno ha llevado una política sostenida con metas concretas, trazadas por el Ministerio de las TIC en el Plan Vive Digital, que contemplan –a grandes rasgos– la masificación de la banda ancha en todos los estratos, facilitar el acceso a los terminales que navegan por Internet mediante la eliminación de impuestos y el desarrollo de un sector de desarrollo de aplicaciones de talla mundial.

⁷ Ministerio TIC: rendición de cuentas. disponible en Internet en la página: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12996889>. Fecha de publicación 16 de agosto de 2013. Consultado el 25 de noviembre de 2014.

⁸ Ministerio TIC: rendición de cuentas. disponible en Internet en la página: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12996889>. Fecha de publicación 16 de agosto de 2013. Consultado el 25 de noviembre de 2014.

En cuanto a las comunicaciones móviles aún queda mucho por hacer, en especial en materia de calidad de las llamadas y velocidad de Internet, donde los estándares son muy pobres. No obstante se logró sacar adelante un histórico proceso de subasta de espectro de 4G⁹ (a pesar de numerosos ataques de sectores interesados) que pondrá al país a la vanguardia de las comunicaciones móviles, por lo menos en cuanto a la tecnología y al número de compañías que ofrecen un Internet móvil de alta velocidad.

Se construye una red nacional de fibra óptica que llevará banda ancha a más de mil municipios del país, lo que permitirá desarrollar la telemedicina y el teletrabajo a zonas históricamente relegadas. En cuanto a las conexiones de banda ancha, la meta es llegar a 8,8 millones para el final del Gobierno, lo que probablemente se logrará, teniendo en cuenta que en el 2010 eran 2,2 millones y en el primer trimestre del 2012¹⁰, a un año y nueve meses de la fecha límite, estas superaban los 6,6 millones, logrando el mayor crecimiento en los estratos bajos (del 166 por ciento en el estrato uno durante estos tres años). Pero una de las principales promesas del presidente Juan Manuel Santos en este sector, la asignación de por lo menos dos nuevos canales de televisión abierta nacional, no se ha movido prácticamente nada en tres años (hoy el proyecto es analizado por la Universidad Nacional).

En cuanto a la innovación también falta por hacer, a pesar de haberle asignado el 10 por ciento de las regalías de los próximos 10 años, aún no hay un rumbo definido en esta materia como sucede en otros países que enfocan su talento y recursos en áreas concretas, para el desarrollo de sectores específicos. Actualmente las noticias siguen confirmando el crecimiento de la tecnología en las comunicaciones: “En el Gobierno tenemos claro que hay que apostarle a la tecnología y a tenerla como herramienta para ayudar a reducir la pobreza y a generar empleo. Y con la campaña lo que buscamos es promocionar la industria del software y las tecnologías para que los ingenieros colombianos vendan más afuera de Colombia”, explicó Diego Molano, ministro de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. La nueva campaña forma parte del trabajo del Gobierno para fortalecer la industria, a través del Plan Vive Digital 2014-2018, para el que se invertirá 20 billones de pesos. El Plan tiene tres ejes importantes – explicó Molano-. Primero que Colombia se posicione como un país líder en el mundo en el desarrollo de aplicaciones de impacto social. Segundo, que el gobierno sea más transparente a través de la tecnología y tercero, el talento: es

⁹ Ministerio TIC: rendición de cuentas. disponible en Internet en la página: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12996889>. Fecha de publicación 16 de agosto de 2013. Consultado el 25 de noviembre de 2014.

¹⁰ Ministerio TIC: rendición de cuentas. disponible en Internet en la página: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12996889>. Fecha de publicación 16 de agosto de 2013. Consultado el 25 de noviembre de 2014.

importante que hayan más ingenieros y técnicos en el país.¹¹ Las aplicaciones móviles en Colombia están en pleno auge y es dinamizado por la convergencia de plataformas, la penetración de la telefonía móvil, un mejor acceso a redes 3G y 4G.¹² (La cual está implantándose desde finales del 2011), la accesibilidad de tecnologías Smartphone y más opciones de contenido digital con mejores formatos. La generalidad que ofrecen los dispositivos móviles hace que cada día más usuarios colombianos se familiaricen con este tipo de contenidos y/o aplicaciones, aunque sin llegar todavía a los niveles de los países desarrollados. Existen razones por las cuales se consumen más contenidos móviles (tanto en teléfonos como en tabletas), algunas de estas son: Un mejor acceso a redes 3G y 4G, Más opciones de contenido comercial, Contenidos con mejor formato, Integración de las redes sociales.

Actualmente las apps están ganando cada vez más terreno, sencillamente, porque permiten conectarte a la red de forma rápida e inmediata sin pasar por ningún tipo de filtro previo. De esta forma, nos encontramos ante un mercado que si bien irá asentándose de manera gradual, supone ya un soporte prioritario para los usuarios y anunciantes, que han visto en las aplicaciones una oportunidad única para dar a conocer su marca. Colombia no ha sido ajena a esta tendencia. En el país ya hay 52 millones de líneas de celulares activas (una penetración del 110 por ciento entre la población) y poco a poco las personas están haciendo la transición de los celulares básicos a los teléfonos inteligentes.¹³

Santander, es tercero en Colombia en diseñar aplicaciones móviles: El departamento se posiciona como el tercero en el país con mayor participación en el desarrollo de aplicaciones móviles, a un año de la puesta en marcha del programa Apps.co del Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, Mintic. Así lo dio a conocer a Vanguardia.com la gerente nacional de Apps.co de Mintic, Claudia Obando Rodríguez, quien reveló que Santander es uno de los más dinámicos de Colombia: “**Bucaramanga** es una de las tres ciudades del país, junto a Bogotá y Medellín que mayor dinamismo muestra”. De la misma manera la gerente nacional de Apps.co manifestó que en el

¹¹ Ministerio TIC: rendición de cuentas. disponible en Internet en la página: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12996889>. Fecha de publicación 16 de agosto de 2013. Consultado el 25 de noviembre de 2014.

¹² APLICACIONES MÓVILES COLOMBIA. Boletín Tecnológico. Desarrollo histórico en Colombia. Publicado jueves 11 de Octubre de 2012. Consultado 25 de septiembre de 2014. Desde: <http://aplicacionesmovilescolombia.blogspot.com/2012/10/desarrollo-y-evolucion-de-las.html>

¹³ APLICACIONES MÓVILES COLOMBIA. Boletín Tecnológico. Desarrollo histórico en Colombia. Publicado jueves 11 de Octubre de 2012. Consultado 25 de septiembre de 2014. Desde: <http://aplicacionesmovilescolombia.blogspot.com/2012/10/desarrollo-y-evolucion-de-las.html>

ciclo se encontraron aplicaciones muy interesantes en el área de salud, turismo e innovación.¹⁴

1.2 CONTEXTO GEOGRAFICO

El proyecto se ubica en Bucaramanga por su localización estratégica, la ciudad ha sido epicentro para el desarrollo de la industria, el comercio y los servicios, con predominio de pequeñas y medianas empresas¹⁵. Bucaramanga, capital del departamento de Santander limita por el Norte con el municipio de Rionegro; por el Oriente con los municipios de Matanza, Charta y Tona; por el Sur con el municipio de Floridablanca y; por el Occidente con el municipio de Girón.¹⁶ El municipio de Bucaramanga es la capital del departamento de Santander y es la ciudad núcleo del Área Metropolitana de Bucaramanga, también compuesta por Floridablanca, Girón y Piedecuesta.

De acuerdo al último censo, Bucaramanga posee una población de 509.918 habitantes¹⁷, distribuidos principalmente en los estratos tres y cuatro, lo que evidencia un mediano poder adquisitivo en la ciudad. Las principales actividades económicas desarrolladas en el municipio están relacionadas con el comercio y la prestación de servicios.

La actividad industrial que cuenta con un mayor reconocimiento a nivel nacional es el calzado así mismo tiene un importante mercado a nivel internacional en países como Argentina, Brasil, Canadá, Ecuador, Italia, algunas islas del Caribe, Estados Unidos, Perú, Venezuela y México¹⁸.

¹⁴ VANGUARDIA LIBERAL. Sobre tecnología. Consultado 25 de septiembre de 2014. Desde: <http://www.vanguardia.com/actualidad/tecnologia/230614-santander-tercero-en-colombia-en-disenar-aplicaciones-moviles>.

¹⁵ MINISTERIO DE AMBIENTE. Plan de Desarrollo 2008-2011. Consultado el 25 de septiembre de 2014. Desde: http://www.minambiente.gov.co/documentos/plan_de_desarrollo_2008_2011_bucaramanga_version_4.pdf

¹⁶ ALCALDIA DE BUCARAMANGA. Datos generales de la ciudad. Consultado el 25 de septiembre de 2014. Desde: <http://www.bucaramanga.gov.co/Contenido.aspx?Param=9>

¹⁷ ALCALDIA DE BUCARAMANGA. Datos generales de la ciudad. Consultado el 25 de septiembre de 2014. Desde: <http://www.bucaramanga.gov.co/Contenido.aspx?Param=9>

¹⁸ ALCALDIA DE BUCARAMANGA. Datos generales de la ciudad. Consultado el 25 de septiembre de 2014. Desde: <http://www.bucaramanga.gov.co/Contenido.aspx?Param=9>

La confección, así como la prestación de servicios de salud, finanzas y, en un alto grado la educación, al punto que cabe decir que la Ciudad se perfila para el siglo XXI como la Tecnópolis de Los Andes¹⁹; prueba de ello es el creciente número de centros de investigación tecnológica en diversos tópicos. Un sector significativo de la economía bumanguesa es el agropecuario, cuyas principales actividades: agricultura, ganadería y avicultura se llevan a cabo en zonas aledañas de los departamentos de Santander y Cesar, pero su administración y comercialización se desarrollan en la Ciudad. La Ciudad de Bucaramanga cuenta con un Plan de Ordenamiento Territorial (POT), el cual clasifica las vías de la ciudad en dos tipos Las vías llamadas Arterias Tipo y las vías de la Red local del municipio.²⁰

Actualmente se planea la construcción de varios proyectos viales que permitirán a la ciudad la descongestión de otras vías de la ciudad y un aire de modernidad. El proyecto más importante es el viaducto de la Carrera Novena, un puente atirantado de 511 metros de longitud²¹.

Bucaramanga es servida por el Aeropuerto Internacional Palonegro, ubicado al occidente de Bucaramanga en el municipio de Lebrija, por la vía a Barrancabermeja en el cerro histórico de Palonegro, y en el que actualmente se adelantan trabajos de remodelación. El Aeropuerto fue inaugurado en el año 1974 y actualmente el Aeropuerto Palonegro opera bajo la administración de la Aeronáutica Civil Colombiana. Recibe vuelos de las principales ciudades de Colombia y Santander, además de vuelos Internacionales desde la ciudad de Panamá. La terminal principal se encuentra a 20 minutos de la ciudad por la vía rápida de la autopista occidental a Girón y a 40 por vía rápida por la calle 45. Para el año 2009 estaba posicionado entre los 8 aeropuertos más importantes de Colombia, por esta razón se ha invertido recursos en la ampliación de la sala de abordaje nacional y en la nueva sala internacional²².

1.3 ASPECTOS LEGALES

Ley 590 de julio del año 2000', Mi pyme: La ley trata explícitamente la creación de empresas y autoriza al fondo nacional de garantías (FNG) a destinar los

¹⁹ <http://www.acicam.org/documents/InformeEspecial.Santander.pdf>. Consultado el 25 de septiembre de 2014.

²⁰ ALCALDIA DE BUCARAMANGA. Datos generales de la ciudad. Consultado el 25 de septiembre de 2014. Desde: <http://www.bucaramanga.gov.co/Contenido.aspx?Param=9>

²¹ ALCALDIA DE BUCARAMANGA. Datos generales de la ciudad. Consultado el 25 de septiembre de 2014. Desde: <http://www.bucaramanga.gov.co/Contenido.aspx?Param=9>

²² ALCALDIA DE BUCARAMANGA. Datos generales de la ciudad. Consultado el 25 de septiembre de 2014. Desde: <http://www.bucaramanga.gov.co/Contenido.aspx?Param=9>

recursos que el artículo 51 de la ley 550 de 1999, o ley de intervención económica y reactivación empresarial, debe destinar a las pequeñas y medianas empresas. También obliga a los municipios y departamentos a establecer regímenes impositivos especiales con el fin de estimular la creación y fortalecimiento de las MIPYMES, y la reducción de aportes parafiscales por la creación de MIMYPES.

Ley 1014 de 2006 de Fomento a la Cultura del Emprendimiento: También llamada ley de fomento a la cultura del emprendimiento, tiene como objeto “Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país” Esta ley enfatiza el fomento y creación de vínculos entre el sistema educativo y el productivo por medio de una cátedra de emprendimiento, con el fin de contribuir al crecimiento de la economía del país. A su vez, fomenta la cultura de la cooperación, ahorro y diversas maneras de asociatividad.

Este dinámico nexo entre el sector educativo e industrial se refuerza por medio de voluntariados empresariales y la opción de hacer planes de negocios, a cambio del trabajo de grado. El estado establece sus obligaciones para posibilitar la protección y garantía de esta ley, entre los que se encuentran: buscar la asignación de recursos públicos para el apoyo a redes de emprendimiento debidamente registradas en el ministerio de comercio, industria y turismo.

Así mismo, promete buscar acuerdos con las entidades financieras para hacer que los planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de crédito. Su marco institucional está compuesto por las entidades adscritas a la red nacional de emprendimiento entre las cuales se encuentran el SENA, departamento nacional de planeación, Colciencias y acopio, entre otros importantes establecimientos.

Constitución Política de Colombia. Artículo 333. Establece como principios orientadores del Estado Social de Derecho Colombiano la libertad de empresa y la libertad de competencia. Por ello La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. Esto será favorable para la creación de la nueva empresa.

Ley 1341 de julio 30 de 2009. Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC–, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones.

Las normas contenidas en esta ley impulsan el desarrollo y fortalecimiento del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, promueven la investigación e innovación buscando su competitividad y avance tecnológico conforme al entorno nacional, por medio de esta ley se fortalecen y actualizan las Aplicaciones móviles.

Ley 1273 de enero 5 de 2009. Por medio de la cual se modifica el Código Penal, se crea un nuevo bien jurídico tutelado - denominado “de la protección de la información y de los datos”- y se preservan integralmente los sistemas que utilicen las tecnologías de la información y las comunicaciones, entre otras disposiciones. ARTÍCULO 1o. Adicionase el Código Penal con un Título VII BIS denominado “De la Protección de la información y de los datos”.

Ley 100 de 1993. Sistema de seguridad social integral: CAPITULO II Sistema de Seguridad Social Integral. Artículo 8 Conformación del Sistema de Seguridad Social Integral. Por medio de esta ley se garantizan los derechos irrenunciables de la persona y la comunidad para obtener la calidad de vida acorde con la dignidad humana de todos los colaboradores de la empresa.

Contabilidad General (Decreto 2649 de 1993). Reglamenta la contabilidad en general y se expiden los principios o normas de contabilidad generalmente aceptados en Colombia.

Plan de ordenamiento Territorial (POT). Ley 388 de 1997, Decreto 879 de 1998 Capítulo II. Orientar su desarrollo sostenible mediante la definición de estrategias de uso, ocupación y manejo de suelo.

Ley 232 de 1995 (diciembre 26), normas para el funcionamiento de establecimientos comerciales.

Decreto 1753 de 3 de agosto de 1994. Del Ministerio del medio ambiente presenta las condiciones y requisitos indispensables para el otorgamiento de licencia e impacto ambiental.

Decreto 2811 del 18 de diciembre de 1974. Reglamenta la ley 23 de 1973 del código nacional de recursos renovables y de protección del medio ambiente, su objetivo es prevenir y controlar la contaminación ambiental y buscar su

mejoramiento la conservación y reestructuración de los recursos naturales para defender la salud y bienestar de los habitantes del territorio nacional.

Ley 789 de 2002. “Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo.”

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

Plan Vive Digital Colombia busca proyectar al país como regional y mundial de contenidos digitales y fomentar el desarrollo de contenidos digitales, aplicaciones móviles y web a través de clúster que potencien la industria nacional.

CONPES 3659 de 2010 La Política Nacional para la promoción de las industrias culturales en Colombia. Entre varios puntos, propone el incremento del acceso a los mecanismos de financiamiento ya existentes como Fondo Emprender, Fomipyme, líneas de COLCIENCIAS, Bancoldex, entre otros. También propone la incorporación de las TIC en el desarrollo de modelos de negocio de las industrias culturales a través del programa Mi pyme Digital, y la divulgación de la normatividad nacional sobre derechos de autor.

VISIÓN COLOMBIA 2019 / Avanzar hacia una sociedad mejor informada – Meta 6: “Desarrollar capacidades en la población para el uso y la apropiación de las TIC”. En el componente de aplicaciones, se observan lineamientos para el desarrollo de contenidos y aplicaciones, principalmente sobre la base del avance de la estrategia para afianzar la relación entre el estado, el ciudadano y las empresas mediante el programa de Gobierno en Línea.

También se adelanta un proyecto de resolución para establecer el régimen de acceso a redes por parte de los proveedores de contenidos y aplicaciones y otro para promover la creación de contenidos y aplicaciones en las Mi Pymes con apalancamiento financiero.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

La apertura de una empresa comercializadora de servicios publicitarios para Bares, Discotecas y Restaurantes, se observa como la oportunidad de brindar información en tiempo real para afianzar los lazos comerciales entre los dueños de los establecimientos y sus clientes, aportando desarrollo económico a la ciudad de Bucaramanga.

Evensite es una aplicación móvil donde se podrá encontrar todos los sitios de reunión social (Bares, Discotecas y Restaurantes) y los eventos más destacados en la ciudad, esta aplicación permitirá entregar información actualizada y detallada en cuanto a servicios, promociones, valores y ubicaciones de estos sitios y eventos, la descarga en el celular es gratuita.

La facilidad para que los clientes accedan por medio de esta herramienta a través de sus celulares o tabletas a la información de estos establecimientos genera innovación ya que podrán consultar de manera exacta la agenda de la actividad, la ubicación de los eventos y las diferentes características de estos, obteniendo así un mayor alcance, garantizando la información actualizada y generando un nuevo nivel tecnológico de impacto social a la ciudad de Bucaramanga.

2.1. OBJETIVOS

2.1.1. Objetivo General. Determinar la viabilidad de creación de una empresa para comercializar una aplicación móvil que preste servicios publicitarios a las discotecas, bares y restaurantes del municipio de Bucaramanga, se determinará a través del análisis de la demanda, oferta, estrategias de distribución, precios, aprovisionamiento, publicidad y promoción, mediante la aplicación de un instrumento de investigación descriptiva, con el fin de evaluar si existen condiciones favorables de mercado en el Municipio de Bucaramanga.

2.1.2. Objetivos Específicos

- Identificar los servicios que actualmente se ofrecen en el mercado para realizar las campañas publicitarias de las discotecas, bares y restaurantes de la ciudad de Bucaramanga y la cantidad de clientes que estarían dispuestos a adquirir los servicios de la comercializadora de la aplicación móvil.

- Cuantificar la demanda real del mercado para la aplicación móvil en el Municipio de Bucaramanga, a través del análisis de las características y requerimientos de los bares, discotecas y restaurantes que permitan conocer los gustos y preferencias del mercado objetivo.
- Determinar la oferta de mercado, identificando cuáles son los medios que se utilizan actualmente para realizar las campañas publicitarias y el nivel de satisfacción actual del servicio publicitario que se está prestando a los dueños de las Discotecas, bares y restaurantes de la ciudad de Bucaramanga, de tal forma que se conozcan el grado de competencia del sector sus fortalezas y debilidades.
- Identificar los precios de referencia para el proyecto, a través del análisis comparativo de los precios que actualmente cobran las empresas que prestan el servicio de publicidad, con el objeto de diseñar una estrategia de precios competitivos que permita el ingreso y consolidación de la empresa en el mercado.
- Diseñar un plan de publicidad y promoción, que permita dar a conocer la empresa comercializadora de un servicio publicitario a través de una aplicación móvil, con la finalidad de promover las ventas por medio de campañas y material publicitario, donde se reflejen los beneficios que ofrece este servicio, tanto en la rapidez en tiempo real y en la forma masiva de distribución de información, como en lo económico.
- Identificar que medios de comunicación eligen utilizar las personas para enterarse de los eventos que se llevan a cabo en discotecas, bares y restaurantes de la ciudad de Bucaramanga a través del análisis del uso que le dan las personas a las nuevas tecnologías, de tal forma que se determinen las estrategias más pertinentes para dar a conocer la aplicación móvil en el segmento poblacional de usuarios.

2.2. DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO

Esta nueva tecnología lleva como objetivo poder propagar la información de eventos sociales y servicios de una manera eficiente, utilizando estrategias para garantizar la usabilidad de la aplicación y el buen uso de esta.

2.2.1. Descripción, usos y especificaciones del servicio. A continuación se realiza un ejemplo de la descarga y utilidad del servicio publicitario:

Modo de Descarga: Evensite es una aplicación móvil que estará en las plataformas principales las cuales son ANDROID, BLACKBERRY, IOS, y WINDOWS PHONE,²³ por lo tanto estará a disposición de cualquier persona que quiera descargarla, su descarga es gratuita.

Página Principal: Después de haberla descargado se abrirá y su página principal será los eventos más destacados que se estén presentando en las discotecas, bares y restaurantes de la ciudad de Bucaramanga. Como se observa en la siguiente figura.

Figura 2. Descarga de Aplicación.



²³ELTIEMPO Consultado el 25 de diciembre de 2014. Desde: <http://www.eltiempo.com/tecnosfera/resenas-tecnologia/ios-android-o-windows-phone-cual-es-mejor/14879418>

Interfaz de eventos

Al ingresar a cualquiera de los eventos este abrirá una interfaz donde se presentaran los tres iconos principales y por medio de ellos se podrán conocer todos los detalles del evento, en este caso se toma como ejemplo si se elige entrar a determinado establecimiento, lo cual nos muestra en su perfil una breve descripción del evento y dos fotos alusivas a este.

Figura 3. Interfaz de eventos



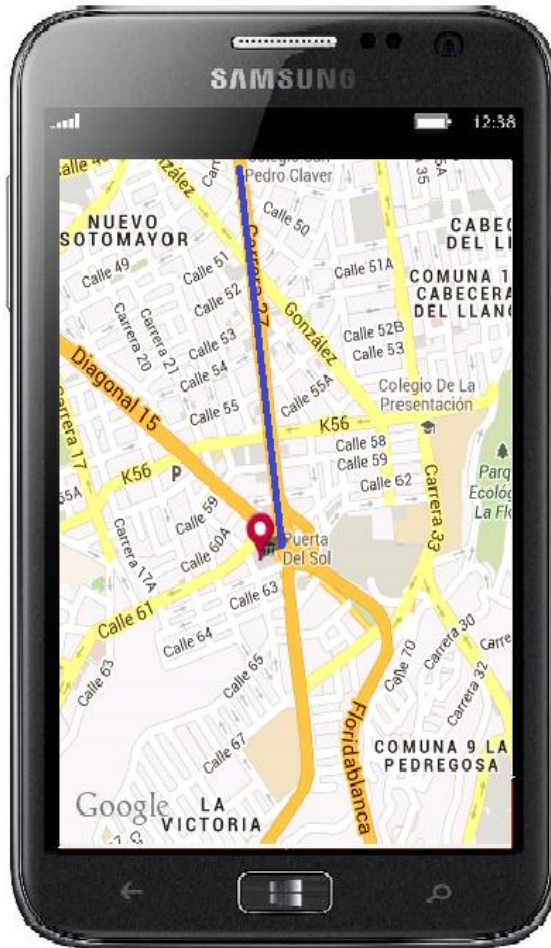
Esta el icono de servicios, en esta opción se le informara al usuario información más detallada del evento como por ejemplo en información se podrá mantener actualizada y estará a disposición de cualquier cambio; al igual en esta interfaz se podrá observar un concierto, conocer el valor de las entradas o los puntos por donde se va realizar los ingresos, siguiendo con este ejemplo en servicios se visualiza los restaurantes que participaran con su lista gastronómica y los artistas que se presentaran en los eventos.

Figura 4. Icono de servicios.



En servicios también se podrá conocer las rutas de los eventos donde se realicen desfiles o chivas, es importante esta opción porque será una guía esencial para que los clientes de las discotecas, bares y restaurantes puedan ubicarse y puedan saber dónde estarán los puntos más cercanos para poder llegar a los diferentes sitios.

Figura 5. Icono de Rutas



Una de las funciones más atractivas y que más llama la atención es la que nos ofrece el icono de Mi foto y consiste en que el usuario que este participando de cualquier actividad del evento pueda compartir sus experiencia con sus amigos, y la forma de hacerlo es tomándose una foto y compartiéndola por medio de las diferentes redes sociales, esta foto va llevar el logo del evento y lo van a poder ver los amigos de los amigos del usuario, obteniendo así un mayor alcance global del evento. Cabe resaltar que estas fotos llevaran la misma seguridad que maneja Facebook para sus fotos.

Figura. 6 Icono de Mi foto



En la interfaz de perfil tendrá una opción donde los usuarios podrán dejar comentarios de los diferentes eventos, estos comentarios pueden ser positivos o negativos y solo podrán ser visualizados por el organizador del evento, es importante porque con estos comentarios se podrán sacar resultados en lo malo o bueno que tuvo el evento, y poder tomar estrategias para mejorar en una próxima realización. Evensite Ltda., espera demostrar que en Bucaramanga hay desarrollo y emprendimiento hacia las nuevas tecnologías, contamos con el respaldo a nivel nacional del Ministerio de las comunicaciones.

2.2.2. Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia.

Las aplicaciones móviles se han convertido en herramientas de apoyo para el desempeño de las empresas y de las personas en general, ofreciendo gestión de información. Las Aplicaciones Móviles han tenido un gran auge ya que permiten que las personas tengan acceso a la información en cualquier lugar y hora en tiempo real por medio de dispositivos móviles como celulares, PDAs, teléfonos

inteligentes etc. Haciendo de esta forma más efectivo y agradable el uso de su tiempo.

Las aplicaciones móviles facilitan la vida en casi todos los sectores. Las grandes tendencias y modas son, en muchos casos, grandes oportunidades para negocios y estas nuevas tecnologías han inspirado a emprendedores a querer crear empresa utilizando una aplicación móvil para la comunicación de información de eventos locales, mostrando desarrollo tecnológico por medio de la innovación e implementación en nuevas tecnologías. Los atributos de este servicio publicitario que generan diferenciación e innovación con respecto a la competencia son:

- ✓ **La información de la empresa estará disponible las 24 horas del día.** Gracias a las aplicaciones móviles, cualquier persona puede estar conectada las 24 horas del día y recibir información en tiempo real de la programación de eventos que se realicen en las discotecas, bares y restaurantes de la ciudad de Bucaramanga. La aplicación se mantendrá actualizada con información clara y responsable de los diferentes eventos que realicen estos establecimientos y de eventos programados por los diferentes sitios sociales de nuestra ciudad, manteniendo a los participantes atentos a cualquier cambio que se presente y permitiendo que ellos conozcan los puntos de acceso a los eventos. Facilitan comunicación entre empresa-cliente.
- ✓ **Herramienta que permite distribuir información en forma masiva.** En cualquier lugar y en cualquier momento **los clientes pueden acceder a toda la información de la empresa solo con disponer de un dispositivo móvil.** Lo más habitual en estos casos es que un determinado cliente recomiende la aplicación a sus compañeros o amigos, por lo que podrás captar a nuevos clientes de la forma más fácil y sin recargo de costo. Se pueden compartir fácilmente entre usuarios. El rendimiento y la efectividad serán mayores a la que ofrecen los medios publicitarios tradicionales.
- ✓ **Bajo costo de inversión a las empresas que deseen publicitar por este medio.** Las aplicaciones móviles a pesar de ser tecnología de punta la inversión para acceder a este servicio publicitario son de bajo costo, ideal para empresas de todos los tamaños, cabe aclarar que en la ciudad de Bucaramanga actualmente no se utiliza una aplicación móvil para prestar esta clase de servicio.
- ✓ **Imagen Corporativa.** Al utilizar una aplicación móvil para dar publicidad a la empresa se genera gran impacto en la modernización de la imagen corporativa de la empresa. La empresa ya no estará anclada a la tecnología del siglo pasado.
- ✓ **Herramienta de fácil uso al alcance de todos.** Evensite se ha desarrollado con unas estrategias que permiten que el uso de esta aplicación sea el más sencillo posible para los usuarios que descarguen esta aplicación. Su

funcionamiento consiste en tres iconos principales que son: Mi foto, Perfil y Servicios, donde podrán conocer detalles de cada evento como:

- Perfil e información de los eventos más destacados
- Agenda
- Servicios ofrecidos
- Menús ofrecidos
- Ubicación
- Comentarios
- Compartir fotos a redes sociales
- Observar fotos de los eventos.

Este proyecto cuenta con una interfaz compatible con redes sociales la cual permitirá al usuario no sólo compartir fotografías y comentarios, sino también interactuar a través de las geo-localizaciones de los escenarios culturales del evento.

Por medio de la opción comentarios los dueños de los establecimientos podrán tomar datos estadísticos de la calidad de sus servicios, ya que esta opción permite por medio de preguntas sencillas establecer la satisfacción del servicio o tener en cuenta la opinión de sus clientes para la organización de futuros eventos.

2.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

Para conocer el estado del mercado para el Aplicativo Móvil se realizaron análisis desde dos frentes económicos: quienes (Discotecas, Bares y Restaurantes) necesitarían dar publicidad a sus negocios y estarían dispuestos a hacerlo por medio de un aplicativo móvil y quienes (usuarios) utilizan los Aplicativos Móviles como fuente de información de eventos. Para lograrlo se diseñan dos cuestionarios para sacar una muestra. Cabe aclarar que la investigación a los usuarios se realizará solo para tener una base de información a la hora de la toma de decisiones y ya se tuvo en cuenta en el anteproyecto, por lo tanto no se incluye en esta fase del proyecto; la identificación de los establecimientos Discotecas, bares y restaurantes de Bucaramanga se realizó a partir de información suministrada por la Cámara de Comercio de Bucaramanga, entidad donde se registran todas las empresas y con información suministrada por el banco de datos de Industria y Comercio de la Alcaldía de Bucaramanga. De este listado se seleccionaron sólo los establecimientos cuya actividad estaba enfocada al desarrollo de actividades sociales.

2.3.1. Mercado potencial. El mercado potencial para la comercialización de la aplicación móvil está determinado por organizaciones del sector privado; basados en información suministrada por la oficina de Industria y Comercio de la Alcaldía de Bucaramanga, actualmente entre discotecas, bares y restaurantes, se encuentran en actividad un total de 1.364,²⁴ establecimientos en la ciudad de Bucaramanga. Teniendo en cuenta el alcance, cobertura y rapidez de una aplicación móvil se tienen en cuenta como mercado potencial a las discotecas, bares y restaurantes de la ciudad de Bucaramanga, pero para un futuro se proyecta alcanzar el mercado del área Metropolitana y las principales ciudades del país.

2.3.2. Mercado objetivo. El mercado objeto de este estudio está compuesto por clientes directos, que son seleccionados por su ubicación y perfil, son un estimado de 539²⁵ establecimientos entre discotecas, bares y restaurantes de la Ciudad de Bucaramanga, los cuales serán el mercado objetivo. El proceso de selección de los 539 (quinientos treinta y nueve) establecimientos se lleva a cabo bajo criterios de accesibilidad, moda, eventos sociales que realizan (conciertos) e imagen de ambiente joven, esta selección es una estrategia de mercadeo que busca generar el mayor valor posible para los clientes, de manera rentable y sostenible a través del tiempo.

A ellos serán dirigidos todos los esfuerzos y acciones de marketing con la finalidad de que se conviertan en clientes reales del servicio publicitario, los dueños de Discotecas, Bares y Restaurantes compraran el derecho publicitario para que la información de sus establecimientos y la programación de sus eventos este actualizada en la Aplicación (plataforma web) en tiempo real, y así poder publicitar y promocionar eventos sociales, y/o servicios generales.

Nuestros clientes tendrán por medio de la aplicación móvil usuarios que son las personas o público en general que descargan y utilizan la aplicación para estar informados de las actividades que realizan los bares, discotecas y restaurantes de la ciudad de Bucaramanga, estos usuarios bien pueden estar en Bucaramanga o en cualquier otro sitio, aunque es claro que la investigación a los usuarios se realizará solo para Bucaramanga y que solo se realizará para tener una base de información a la hora de la toma de decisiones; también cabe aclarar que para los usuarios la descarga y utilización del aplicativo no tiene ningún costo.

²⁴ ALCALDIA DE BUCARAMANGA. Consultado el 25 de septiembre de 2014. Directamente con el Ingeniero Armando Bautista de la oficina de Industria y Comercio, el Ingeniero facilitó un listado actualizado con información relevante para el proyecto. Este listado se incluye como anexo.

²⁵ ALCALDIA DE BUCARAMANGA. Consultado el 25 de septiembre de 2014. Directamente con el Ingeniero Armando Bautista de la oficina de Industria y Comercio, el Ingeniero facilitó un listado actualizado con información relevante para el proyecto. Este listado se incluye como anexo.

2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.4.1. La Demanda. Las aplicaciones móviles hoy mundialmente conocidas, debido al desarrollo que le han dado las grandes marcas tecnológicas en el mercado, se han convertido en una necesidad para desarrollar las telecomunicaciones e interactuar con la sociedad por medio del diseño de estas aplicaciones. El ser humano tiene la necesidad de una interacción más rápida con la información y utiliza su dispositivo móvil para ubicarla con el fin de suplir sus necesidades, entre están las de socializar y buscar sitios de esparcimiento, y siempre se ha presentado la necesidad de encontrar sitios donde poder reunirse para compartir y disfrutar con los demás, algunos por medio de música, bebidas, danza y restaurantes. Otros buscan lugares o espacios culturales o algún cinema con una programación de su interés y no faltan las personas que gustan de ferias y eventos comerciales.

Es una realidad que actualmente se buscan diferentes medios publicitarios para poder mostrar donde se encuentran estos lugares y que servicios ofrecen, sin tener un punto fijo o una distinción común que permita en un solo lugar y a la mano poder tener la información actualizada de interés que busca la persona y que mejor propuesta que a través de un dispositivo móvil que está al alcance de todos, los usuarios encontraran en EVENSITE, una plataforma con información actualizada de los lugares, ubicación, programación, precios y servicio de reservaciones para asistir a dichos eventos. Y de esa necesidad surge la solución de comercializar una Aplicación Móvil que pueda ser una mejor alternativa para la publicidad efectiva que necesitan las Discotecas, Bares y Restaurantes de la Ciudad de Bucaramanga.

2.4.1.1. Descripción del problema de investigación de mercados: El continuo avance de la tecnología y las necesidades básicas de comunicación, hacen que los seres humanos tengamos la necesidad de estar a la vanguardia en estos temas. El término aplicativo móvil, se ha convertido en una situación familiar en nuestra sociedad, y el uso de los teléfonos celulares, se ha convertido en una necesidad como medio de transmitir información, llegando cada día a formar parte de la vida de las personas, los celulares poseen una gran acogida debido a las diversas aplicaciones que traen pre instalados, con la posibilidad de incluir muchos programas o aplicaciones cuando el usuario desee, dando viabilidad al proyecto.

Para la creación de la comercializadora se pretende crear y establecer un sistema de información que por medio de un proceso técnico nos permita clasificar, analizar e interpretar datos cuantitativos y cualitativos obtenidos de fuentes de

información primarias y secundarias, con el fin de minimizar riesgos y tomar las mejores decisiones. Este proceso debe ser dinámico y con una adecuada utilización de los recursos y del tiempo de ejecución. Con base en esta Investigación se pretende que el servicio de publicidad ofrezca al mercado una solución eficiente a sus necesidades, con un precio de venta justo y con canales de distribución definidos.

Por lo anterior se hace necesario realizar una investigación de mercados que permita evidenciar información relacionada con comportamientos, hábitos, aptitudes, costumbres, necesidades, nivel de aceptación, gustos, preferencias y actitudes frente a la prestación del servicio publicitario por medio de una aplicación móvil en la ciudad de Bucaramanga, así mismo determinar los estrategias de precios, distribución y publicidad que permita entrar al mercado. Para lograrlo la fase exploratoria se basara en la búsqueda de información.

2.4.1.2. Necesidades de información. Para realizar la investigación exploratoria es necesario basarse en el Estudio de fuentes secundarias, encuestas y análisis de casos relacionados.

- Información para el análisis de Demanda. Según las características del comportamiento del consumidor se buscará información a nivel cualitativo y a nivel cuantitativo.
- Conocer la cantidad de Discotecas, Bares y Restaurantes de Bucaramanga que estarían dispuestos a adquirir el servicio de publicidad por medio de una aplicación móvil.
- Identificar cuáles son las preferencias de los dueños de las Discotecas, Bares y Restaurantes al momento de elegir el medio de comunicación para publicitar sus eventos.
- Conocer cuánto están dispuestos a pagar los dueños de las Discotecas, Bares y Restaurantes por un servicio publicitario.
- Establecer las necesidades de comunicación referente a publicidad de las Discotecas, Bares y Restaurantes de Bucaramanga, frente a las falencias producidas por la falta de un servicio similar, que pueda generar información en tiempo real.
- Identificar qué servicios adicionales a la publicidad les gustaría que les prestará la aplicación móvil.
- Conocer otros modelos de este tipo de servicio que existan en la región.
- Determinar la estrategia de publicidad más efectiva que logre captar la atención y dinamizar las ventas del servicio propuesto.

- Determinar cuáles son los canales de comercialización apropiados que se utilizan para el posicionamiento en Bucaramanga de los servicios de publicidad por medio de la aplicación móvil.

2.4.1.3 Ficha Técnica

Cuadro 1. Ficha Técnica.

FICHA TÉCNICA	
Tipo de investigación	La investigación es de carácter exploratorio descriptivo, dado que es el más utilizado en las investigaciones de mercado, como quiera que en su utilización se describen y caracterizan todas las variables de mercadeo inherentes al problema de investigación, se recopila información a través de observación, entrevistas, conversación directa y aplicación de una encuesta estructurada. Con ello se busca conocer las tendencias, gustos y preferencias de la población hacia el servicio publicitario a ofrecer por parte de la empresa, al igual que la competencia y su comportamiento en el mercado. Nos permite descubrir necesidades nuevas y no satisfechas, así como desarrollar la viabilidad planteada.
Método de investigación	Deductivo: Se basa en toda la información recolectada de la población objetivo, se analizan e interpretan los datos y se establecen conclusiones que llevan a aportar elementos de apoyo a la toma de decisiones. Observación directa: teniendo en cuenta que este método es el proceso de conocimiento por el cual se perciben deliberadamente rasgos existentes en el objeto de estudio y en la población demandante del producto, información que será complementada mediante la recolección de información secundaria.
Fuentes de información	Primarias: Obtenida a través de la aplicación de encuestas a dueños de Discotecas, Bares y Restaurantes. Secundarias: Registro de Cámara de Comercio y Registros de la oficina de Industria y Comercio de la Alcaldía de Bucaramanga, de los establecimientos Discotecas, Bares y Restaurantes de la ciudad de Bucaramanga.
Técnicas de investigación	A través de encuesta: Dirigida a los dueños de las Discotecas, Bares y Restaurantes de la ciudad de Bucaramanga y como valor agregado, se daría a estos información, de la encuesta que se realizó a los usuarios en la factibilidad sobre la aceptación que hay a la hora de descargar estos aplicativos para la comercialización del servicio.
Instrumento para la recolección de Información	La recolección de la información primaria se hará por medio de cuestionarios estructurados. (Ver anexo A)
Modo de aplicación	Directo y dirigido: Dada las ventajas que ofrece en cuanto a la retroalimentación encuestador-encuestado. Se visitará a un número específico de discotecas, bares y restaurantes, seleccionados a través del método aleatorio simple.
Definición de población (elemento, unidad de muestreo)	Unidades de muestreo: 539 establecimientos comerciales. El proceso de selección de los 539 (Quinientos treinta y nueve) establecimientos se lleva a cabo bajo criterios de accesibilidad, moda, eventos sociales que realizan (conciertos) e imagen de ambiente joven, esta selección es una estrategia de mercadeo que busca generar el mayor valor posible para los clientes, de manera rentable y sostenible a través del tiempo. Elemento final de muestreo: -Propietarios de discotecas, bares y restaurantes a quienes se les aplicará la encuesta.

Continuación cuadro 1. Ficha Técnica.	
FICHA TÉCNICA	
Proceso de muestreo	<p>Marco Muestral: Listado de Discotecas Listado de Bares Listado de Restaurantes</p> <p>Como el total de establecimientos seleccionados es de 539, la población es Finita. En donde:</p> <p>Z: Nivel de confianza = 95% = 1,96 e: Error estimado = 5% q: probabilidad de fracaso = 0,5 p: probabilidad de éxito = 0,5</p> $n = \frac{Z^2 p^* q^* N}{e^2 * (N-1) + p^* q^* Z^2}$ <p>$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 539}{0,05^2 * (539-1) + 0,5 * 0,5 * 1,96^2}$ n= 225 Es el resultado del cálculo de la muestra.</p>
Alcance	La ciudad de Bucaramanga
Tiempo de aplicación	Del 17 de marzo 4 abril de 2015

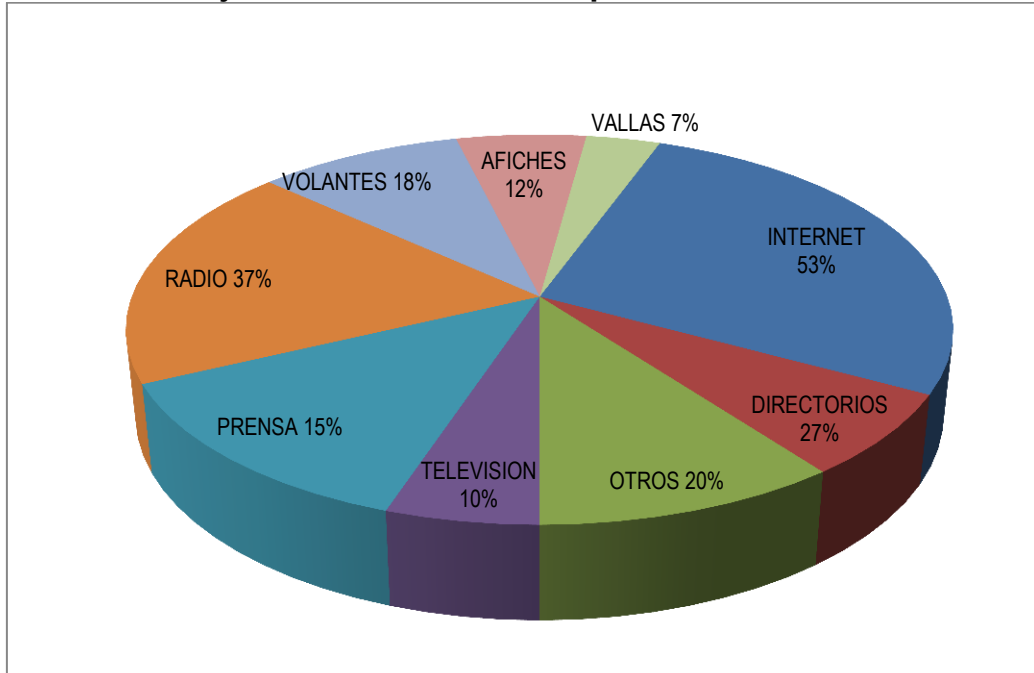
2.4.2. Tabulación, presentación y análisis de resultados. Resultados encuesta para dueños de discotecas, bares y restaurantes de la ciudad de Bucaramanga:

1. ¿Qué medios utiliza para dar publicidad a su negocio (puede seleccionar una o varias respuestas)?

Cuadro 2. Porcentaje de medio publicitario por Discotecas, Bares y Restaurantes

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%PORCENTAJE frecuencia	%PORCENTAJE responden	PROMEDIO PONDERADO
Internet	150	34%	67%	0,34
Directorios	17	4%	8%	0,04
Otros (publicidad móvil, en carros)	80	18%	36%	0,18
Televisión	9	2%	4%	0,02
Prensa	30	7%	13%	0,07
Radio	25	6%	11%	0,06
volantes	80	18%	36%	0,18
afiches	40	9%	18%	0,09
vallas	10	2%	4%	0,02
	441	100%	196%	1,00
Total establecimientos				225

Gráfico1. Porcentaje de servicio del medio publicitario



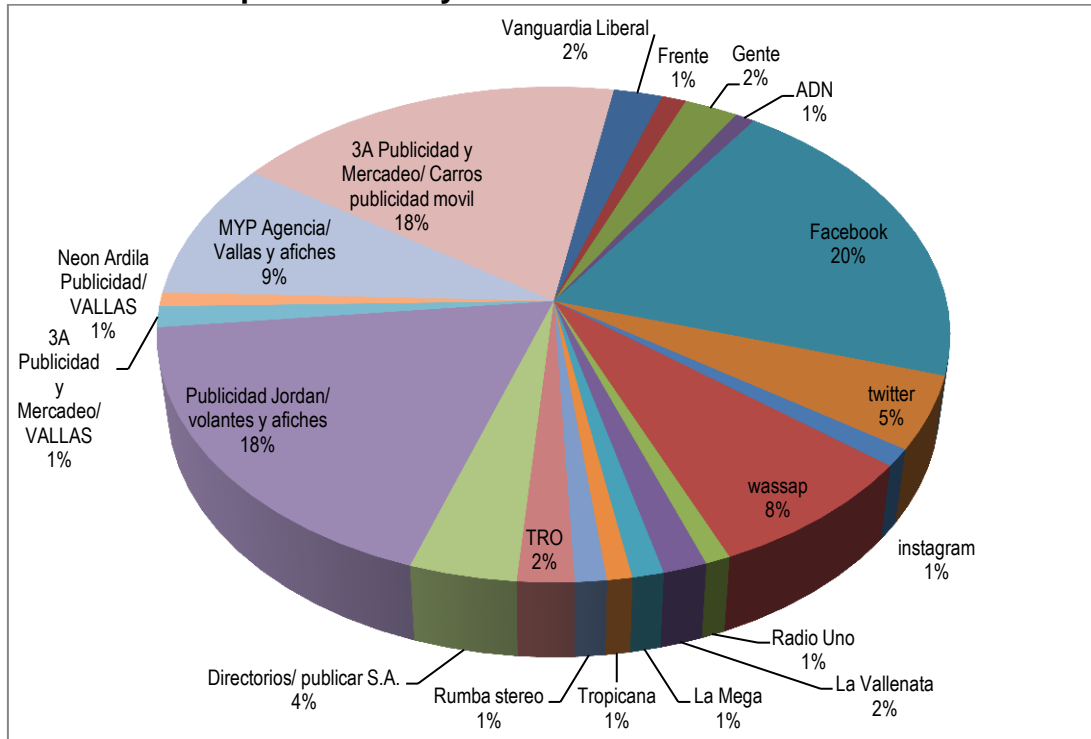
Análisis. Al tomar una muestra más grande se evidencia que el principal medio que actualmente utilizan los dueños de discotecas, bares y restaurantes en la ciudad de Bucaramanga es el Internet (Facebook, twitter, wassap e instagram) con un 67%, seguidas por el uso de volantes, publicidad móvil se adjudican un 36%, y los afiches 18%, en menor proporción el mercado utiliza prensa con un 13%, radio con el 11%, directorios el 8%, televisión 4% y vallas el 4%. Como dato relevante hay que destacar que el servicio de Internet cada vez toma más fuerza para dar publicidad a los negocios, este hallazgo es de gran relevancia ya que evidencia la gran oportunidad de negocio que hay al incursionar en el mercado con el servicio publicitario por medio de una Aplicación Móvil.

2. ¿En relación a los medios de publicidad utilizados en su negocio referidos en la pregunta anterior, favor especificar sus proveedores y cómo califica la efectividad del servicio?

Cuadro 3. Medios publicitarios actuales y su efectividad

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCEN. FRECU. %	PORCEN. RESPONDEN %	PROME.	EFECTIVIDAD			
					EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
Vanguardia Liberal	10	2%	1000%	0,02		4		
Frente	5	1%	500%	0,01		4		
Gente	11	2%	1100%	0,03	2			
ADN	4	1%	400%	0,01	2			
Facebook	89	20%	8900%	0,22	3	3	2	
twitter	21	5%	2100%	0,05			4	
instagram	5	1%	500%	0,01		2	2	
wassap	35	8%	3500%			3		
Radio Uno	4	1%	400%	0,01	1	1	2	
La Vallenata	7	2%	700%	0,02	2	2		
La Mega	5	1%	500%	0,01	2	2		
Tropicana	4	1%	400%	0,01	2	2	2	
Rumba stereo	5	1%	500%	0,01		3		
TRO	9	2%	900%	0,02	2	2		
Directorios/ publicar S.A.	17	4%	1700%	0,04		2	3	
Publicidad Jordan/ volantes y afiches	80	18%	8000%	0,20	1	4	1	
3A Publicidad y Mercadeo/ VALLAS	6	1%	600%	0,01		3		
Neon Ardila Publicidad/ VALLAS	4	1%	400%	0,01		2		
MYP Agencia/ Vallas y afiches	40	9%	4000%	0,10	2	2		
3A Publicidad y Mercadeo/ Carros publicidad móvil	80	18%	8000%	0,20		3	1	
Total	441	100%	44100%	1,00	19	44	17	0

Gráfico 2. Medios publicitarios y su efectividad



Análisis. Podemos observar que los proveedores que se utilizan actualmente para dar publicidad a las discotecas, bares y restaurantes de la ciudad de Bucaramanga, presentan una diversidad notable, destacándose el facebook como herramienta Tecnológica para publicitar con un promedio de 20%, y otras tecnologías que van creciendo en uso como wassap 8%, twitter 5%, e Instagram 1%, otro medio diverso es el uso de cuñas radiales de las cuales el mercado objetivo utilizan las emisoras de manera descendente la vallenata 2% y radio uno, la mega, Tropicana y rumba estéreo con un 1%, de acuerdo con los proveedores favoritos para la prensa se encuentra de manera descendente vanguardia liberal y Gente con el 2%, seguidas en un 1% con el frente y ADN, para aquellos que utilizan la televisión el canal TRO fue unánime con una participación del 2%, para el mercado que utiliza volantes se refirieron al proveedor Jordán como su elegido con una participación del 18% y con una gran participación el proveedor de volantes entrega móvil 3ª publicidad con un 18%, para el mercado que usa el afiche como medio publicitario el proveedor MYP representa un 9% y en menor proporción aquellos que utilizan las vallas publicitarias con los proveedores 3ª y Neón con un 1%.

En cuanto al nivel de satisfacción de la efectividad del servicio no se destaca ninguno en particular. Podemos concluir que en Bucaramanga los servicios publicitarios actuales son muy diversos, con una marcada tendencia de utilizar los

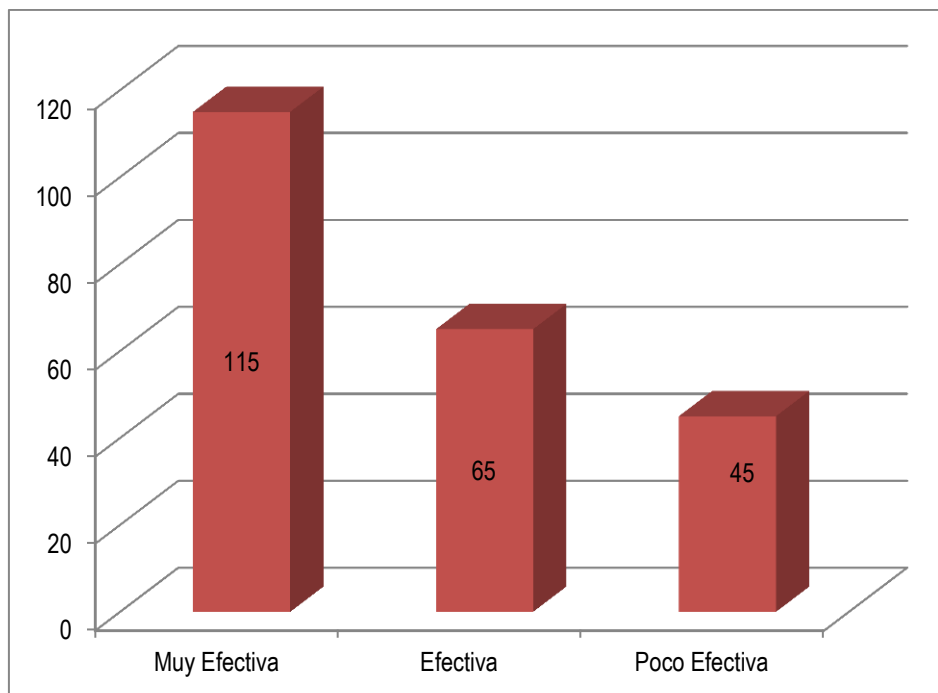
medios tecnológicos y volantes entrega móvil y en el establecimiento, sin embargo se evidencia una connotación de preferencia por las nuevas tecnologías especialmente Facebook.

3. ¿Qué tan efectiva considera su empresa la publicidad a través de un Aplicativo Móvil?

Cuadro 4. Porcentaje de aceptación de publicidad por Aplicación Móvil

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %	PROMEDIO
Muy Efectiva	115	51%	0,51
Efectiva	65	29%	0,29
Poco Efectiva	45	20%	0,20
Total	225	100%	1,00

Gráfico 3. Porcentaje de aceptación de publicidad por medio de aplicación móvil.



Análisis. Los resultados de esta pregunta confirman la tendencia que hay por el uso de las nuevas tecnologías en nuestra sociedad siendo para el mercado objetivo un 51% efectiva, seguida de un 29% que la considera efectiva y

finalmente hay una resistencia cada vez es menor con un 20% que las considera poco efectivas y la idea de usar Marketing Móvil no es la excepción.

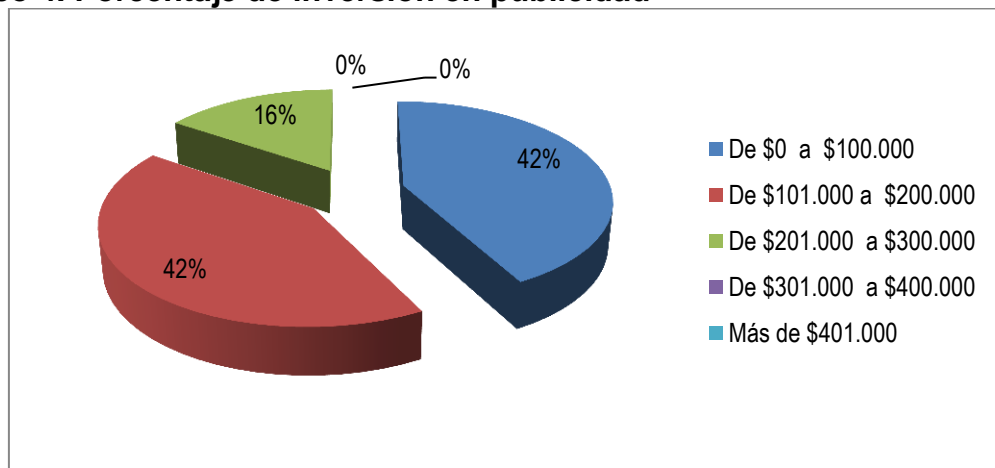
Además no es indiferente para los dueños de las discotecas, bares y restaurantes de la ciudad de Bucaramanga que el uso del celular es más que una necesidad de todas las personas y que es un medio muy eficiente de hacer publicidad ya que en tiempo real se obtendrán mejores resultados, por lo anterior se puede inferir que el uso de un aplicativo móvil para realizar publicidad será aceptado por el mercado objetivo.

4. ¿En promedio cuánto invierte mensualmente en publicidad?

Cuadro 5. Inversión mensual de las Discotecas, Bares y Restaurantes en publicidad

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %	PUNTO MEDIO DEL INTERVALO	PROMEDIO PONDERADO
De \$0 a \$100.000	95	42%	\$ 50.000	\$ 21.111
De \$101.000 a \$200.000	95	42%	\$ 150.500	\$ 63.544
De \$201.000 a \$300.000	35	16%	\$ 250.500	\$ 38.966
De \$301.000 a \$400.000	0	0%	\$ -	\$ -
Más de \$401.000	0	0%	\$ -	-
Total	225	100%	\$ 451.000,00	\$ 123.622,22

Gráfico 4. Porcentaje de inversión en publicidad



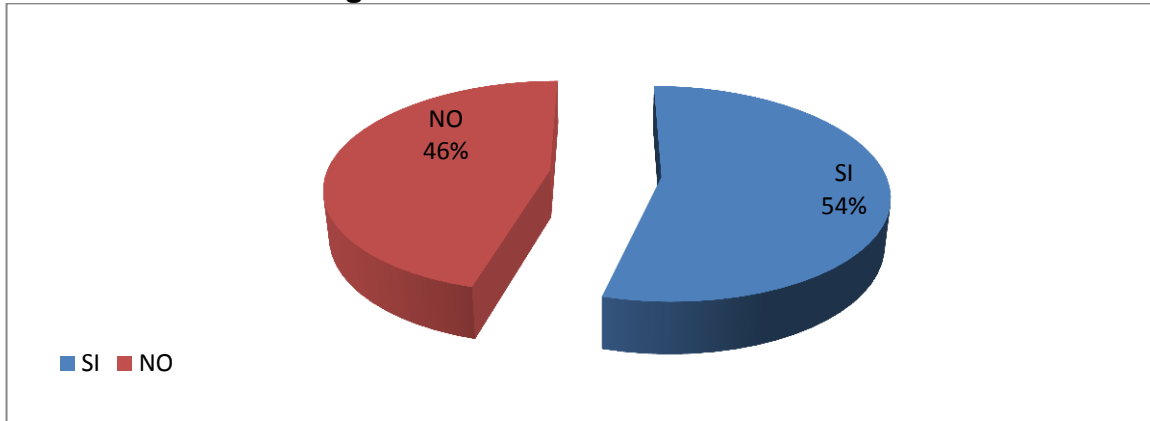
Análisis. Como todo buen empresario siempre se busca la economía para cualquier producto o inversión que se piense realizar y eso se ve reflejado a la hora de invertir en publicidad, de acuerdo con los resultados se puede observar que en igual proporción 42% de los encuestados optaron por la opción entre \$0 y \$100.000 y aquellos que invierten entre \$100.001 y \$ 200.000, mientras que un 16% informan que invierten mensualmente \$200.001 a \$ 300.000. Esto se convierte en una oportunidad y ventaja para El Aplicativo Móvil ya que representa un menor valor de inversión, menor riesgo de fracaso y una mayor rentabilidad.

5. ¿Si existiera en el Mercado una Aplicación Móvil para promocionar los eventos sociales, su empresa publicitaría a través de este medio?

Cuadro 6. Viabilidad de utilizar la Aplicación Móvil

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %	PROMEDIO
SI	122	54%	0,54
NO	103	46%	0,46
Total	225	100%	1,00

Gráfico 5. Viabilidad de utilizar una aplicación móvil para dar publicidad en la Ciudad de Bucaramanga.



Análisis. La publicidad manejada a través de una aplicación Móvil conectada a una plataforma web genera grandes expectativas y amplias posibilidades de generar nuevos negocios. El naciente interés de las Discotecas, Bares y restaurantes de la ciudad de Bucaramanga por incursionar en un mercadeo digital más completo sigue creciendo, para lo cual el 54% del mercado objetivo le gustaría publicitar a través de un aplicativo móvil, mientras que un 46% no desea realizar publicidad mediante dicha tecnología, por lo tanto aunque es poca la

diferencia hay un mercado en el que se puede ofrecer dicho aplicativo, de esta manera es posible conocer la demanda del aplicativo.

2.4.3. Estimación de la demanda. Con el fin de determinar la demanda total basados en un enfoque cualitativo, y analizando los resultados de la encuesta, se aplica la técnica de inferencia estadística, y se calcula teniendo en cuenta las siguientes preguntas:

Pregunta 3. ¿Qué tan efectiva considera su empresa la publicidad a través de un Aplicativo Móvil?

Pregunta 5. ¿Si existiera en el Mercado una Aplicación Móvil para promocionar los eventos sociales, su empresa publicitaría a través de este medio?

Pregunta 4. ¿En promedio cuánto invierte mensualmente en publicidad?

Demanda estimada en unidades = 539 total discotecas, bares y restaurantes x 54% estarían dispuestos a publicitar x 51% que consideran muy efectiva la publicidad a través de aplicativo = **148 establecimientos** * 12 meses = 1776 servicios anuales

Demanda estimada en pesos: 148 establecimientos x \$ 123.622 presupuesto ponderado mensual de publicidad = \$18.296.056 x 12 meses = \$219.552.672 **(Doscientos diecinueve millones quinientos cincuenta y dos mil seiscientos setenta y dos pesos mtce).**

De acuerdo con la pregunta 4 de la encuesta, se pudo **estimar** el promedio que se invierte en publicidad mensualmente, sin embargo aunque es cierto que un 42% de la muestra no invertirían más de \$100.000 se puede observar que en igual proporción 42% de los encuestados optaron por la opción entre \$100.001 y \$ 200.000, por este motivo se utilizó el método estadístico de promedio ponderado para llegar al valor de \$123.622 siendo este valor tentativo. No se realiza la proyección sobre el precio de venta del servicio ya que en este estudio sólo realizamos una estimación y con el fin de unificar el valor se usó la herramienta estadística mencionada.

2.4.4. Proyección de la demanda. La proyección de la demanda los próximos 5 años, se determinaran con base al crecimiento en la tasa de nuevos negocios que es del 5%, dato consultado en la página web de la Cámara de Comercio de Bucaramanga ²⁶.

Cuadro 7. Proyección de la demanda.

Año	Formula	Número de servicios proyectados en el año
Año 0		1776
Año 1	$1776x (1,05)^1$	1865
Año 2	$1776x (1,05)^2$	1958
Año 3	$1776x (1,05)^3$	2056
Año 4	$1776x (1,05)^4$	2159
Año 5	$1776x (1,05)^5$	2267

2.5 OFERTA O COMPETENCIA

Se evidencia que no hay actualmente en el mercado de la ciudad de Bucaramanga una empresa que oferte o comercialice un producto similar a un aplicativo móvil que genere información en tiempo real para dar publicidad a las discotecas, bares y restaurantes, esta situación nos permite afirmar que aunque existen variedad de estos aplicativos, no hay uno que permita llegar al mercado considerado de discotecas, bares y restaurantes, pero se podrían dar ya que hay gente capacitándose en prestigiosas entidades públicas y privadas.

Según la información recopilada en las encuestas los dueños de las discotecas, bares y restaurantes actualmente publicita por medio de empresas dedicadas a publicitar estos negocios y sus eventos sociales, estas empresas algunas ubicadas en la ciudad de Bucaramanga, entre sus fortalezas están su reconocimiento, los contactos y el good will adquirido durante su experiencia como medios publicitarios. Entre sus debilidades tenemos:

- Que al ser este un mercado de Demanda variable, puede verse afectada la constancia en la prestación de servicios publicitarios durante todo el año.
- Otra debilidad es que existen gran cantidad de medios publicitarios y actualmente con la incursión de las nuevas tecnologías corren el riesgo de quedar relevadas.

²⁶ CAMARA DE COMERCIO. Crecimiento establecimientos comerciales. Consultado Octubre 15 de 2013. Desde: <http://www.camaradirecta.com/>

Algunas de estas empresas en la ciudad de Bucaramanga son las que podemos observar en el siguiente benchmarking en el cuadro 8 :

Cuadro 8. Benchmarking

VARIABLE	VANGUARDIA LIBERAL	EMISORAS RADIALES	FOURSQUARE
PARTICIPACIÓN %	15%	25%	0%
UBICACIÓN	Bucaramanga	Bucaramanga	Nueva York
PRODUCTO	Medio de comunicación de noticias en prensa, periódico y también vía web, con gran tráfico de usuarios locales.	Medio de comunicación, no se enfocan en las noticias de la actualidad del orden público, económico y social, se orientan al entretenimiento	Aplicación móvil para encontrar lugares de reunión social, (bares, restaurantes, cinemas, discotecas .etc.)
PRECIO	Varía dependiendo donde se publique su pauta mínimas son de \$100.000 a \$180.000	varia depende el horario de pauta puede costar de \$100.000 a \$300.000	Se cancela por número de Check in puede llegar a costar más de 50 dólares el mes. (Aproximadamente \$125.000 al mes)
PUBLICIDAD	Estrategias de posicionamiento	Estrategias de posicionamiento	Estrategias de posicionamiento
ESTRATEGIAS	son un periódico posicionado regionalmente, su estrategia va en la actualización de noticias en diferentes temas de la ciudad, alrededor de estas noticias va la publicidad	emisora radial de música crossover va dirigida a un sector joven	Realiza promociones internas de la aplicación móvil que pueden aprovechar los usuarios y los dueños de los lugares, además tienen promoción a nivel global.
DISTRIBUCIÓN	Canal Directo	Canal Directo	Canal Directo
DEBILIDADES	No genera gran impacto a nivel Nacional, el medio de comunicación no está dedicado al sector del entretenimiento, su precio es por día de publicidad, no es un canal constante de promociones de bares, discotecas y restaurantes de la ciudad de Bucaramanga.	No es un medio de comunicación innovador, no permite que los usuarios interactúen con los establecimientos, la publicidad no se realiza de una manera continua, no mantiene información de promociones de una manera constante.	Se produce desactualización en información de algunos sitios, su publicidad y comercialización es poca localmente, no tienen un contacto directo con los clientes dueños de bares, discotecas y restaurantes de la ciudad de Bucaramanga.
FORTALEZAS	son un medio de comunicación en material físico y virtual, están posicionados en la ciudad y gozan de un gran reconocimiento entre los lectores	Tiene la mayor penetración en la publicidad de lugares y eventos en Bucaramanga (según investigación de mercados), está enfocada al sector del entretenimiento, posicionado a nivel local.	Es una aplicación reconocida internacionalmente, su algoritmo de programación de ubicación permite alcanzar mayor número de lugares, está desarrollada en plataforma Windows Phone

2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Al evidenciarse que actualmente no se cuenta con datos estadísticos de competencia directa, se considera que la demanda potencial insatisfecha es equivalente a la demanda proyectada y calculada según el cuadro No 7, presentada en apartes anteriores y teniendo en cuenta que de acuerdo a las

encuestas aplicadas el grado de negación a utilizar un medio de publicidad a través de una aplicación móvil es cercano a la media, como se puede observar en el cuadro No 6, actualmente 103 de los 225 establecimientos entre Discotecas, Bares y Restaurantes de la ciudad de Bucaramanga no estarían interesados en adquirir este servicio publicitario, este resultado evidencia que hay más establecimientos interesados en adquirir el servicio y este sería el mercado objetivo a conquistar.

También hay que tener en cuenta que las aplicaciones a través de plataformas móviles ofrecen importantes beneficios, como una mayor productividad y eficiencia en los procesos de reducción de tiempos y accesibilidad en todo momento a la información lo cual origina que al ver los resultados los dueños de las discotecas, bares y restaurantes empezarán a utilizar como medio publicitario el aplicativo móvil ya que es un producto tecnológico atractivo que tiene gran ventaja frente a la competencia.

Esta Demanda también está sujeta a cambios tecnológicos, por ejemplo, como aparición de nuevas versiones que exigen cambios en una componente generan incorporación, ampliación o modificación en el Aplicativo móvil. Este aspecto es muy importante pues el mercado de Tecnología de la Información administra la obsolescencia de sus productos y muchas veces las anticipa, lo que impone el ritmo a la demanda. También es muy importante que cambios en algunas componentes (como un nuevo producto, nuevos celulares) produzcan cambios en el contexto de la operación de la empresa por la introducción de nuevas opciones de negocios. Por lo anterior, en la siguiente tabla se relaciona la demanda potencial insatisfecha, la cual se determinará con base al crecimiento en la tasa de nuevos negocios que es del 5%, dato consultado en la página web de la Cámara de Comercio de Bucaramanga²⁷.

Cuadro. 9. Demanda potencial insatisfecha

Variable	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Total de servicios publicitarios	1776	1865	1958	2056	2159	2267
Demanda potencial insatisfecha	1776	1865	1958	2056	2159	2267

²⁷ CAMARA DE COMERCIO. Crecimiento establecimientos comerciales. Consultado Octubre 15 de 2013. Desde: <http://www.camaradirecta.com/>

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACION

Para determinar la adecuada información y ofrecimiento del servicio de publicidad a través de una aplicación móvil, se ha realizado un estudio teniendo en cuenta los tipos de canales de comercialización empleados en el mercadeo de servicio y los factores limitantes en el ofrecimiento de estos, observando especialmente el comportamiento del sector de los servicios para los Medios de Comunicación de masas por medio de nuevas tecnologías que se presenta como un nuevo canal de acercamiento al usuario que no sólo permite ampliar el número de clientes potenciales, sino que además constituye un canal directo, e interactivo, con el fin de hacer llegar sus mensajes.

2.7.1 Estructura de los canales actuales. En la ciudad de Bucaramanga actualmente para hacer llegar la información sobre servicios al consumidor final, las empresas están utilizando básicamente tres tipos de canales, los cuales están estructurados de la siguiente forma:

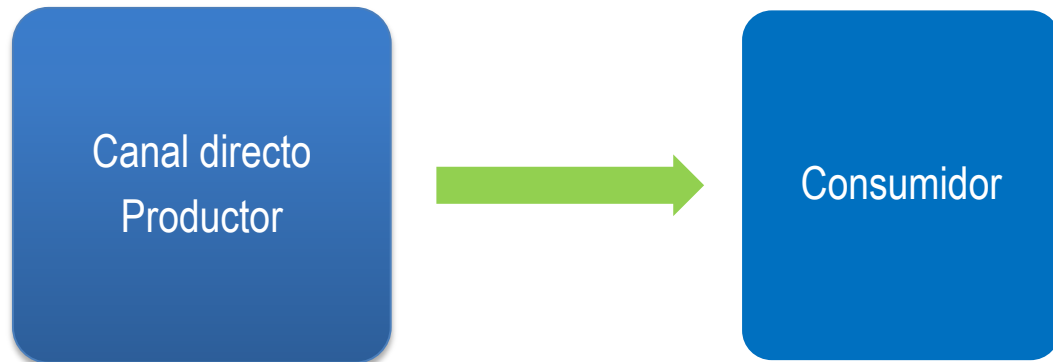
- a) Oferente de servicios directo al consumidor final
- b) Oferente de servicios, agente vendedor y al consumidor final

2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales. A continuación se presentan las ventajas y desventajas de los canales actuales²⁸:

- a) Oferente de servicios directo al consumidor final:

²⁸ KOTLER, Philip. Fundamentos de Mercadotecnia. Prentice Hall Hispanoamerica S.S. México. 1985, pág. 318 a 320. Consultado Diciembre 15 de 2014.

Figura. 7 Canal de comercialización directo



VENTAJAS: Este canal resulta de gran importancia para los oferentes que desean que su servicio tenga un reconocimiento inmediato en el consumidor. Es muy beneficioso para una empresa en etapa de inicio o crecimiento. La comercialización directa permite a la empresa tener un mayor control de sus precios y estrategias de mercado. Este canal es ideal para las empresas oferentes de servicios, se le conoce como un canal directo. Se requiere de instalaciones físicas cómodas para desarrollar la labor de venta del servicio.

DESVENTAJAS: La empresa debe generar un espacio físico muy adecuado para que el consumidor se sienta a gusto antes de recibir el servicio y los gastos por comercialización aumentan ya que se debe crear un grupo especializado para realizar el mercadeo y atender los clientes.

b) Oferente de servicios, agente vendedor y al consumidor final

Figura. 8 Canal de comercialización indirecto



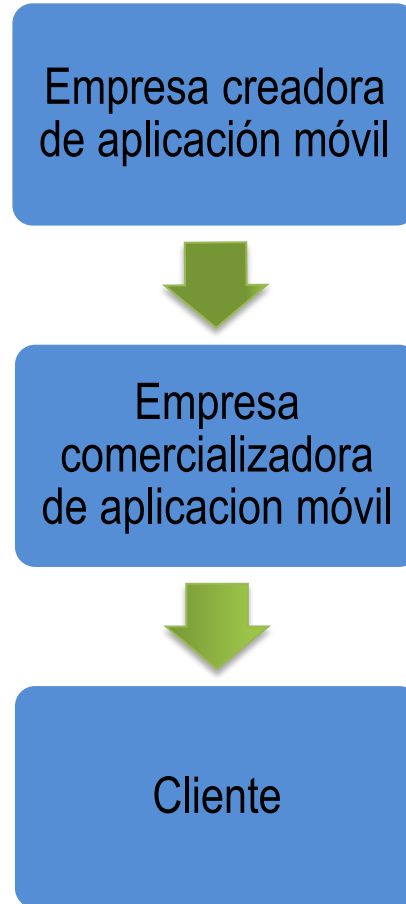
VENTAJAS: Se puede ofrecer y vender el servicio en cantidades suficientes que permitan que el proceso y la remisión resulten económicas. Permite evaluar con mayor rapidez las tendencias de la moda. El agente vendedor se encarga de

posicionar el servicio en el mercado, lo cual no aumenta los costos de producción del fabricante. Se controla el precio y la ubicación del servicio en establecimientos que estén acordes con los objetivos de la empresa fabricante. Es relativamente adecuado para la comercialización de servicios tecnológicos y de comunicación.

DESVENTAJAS: Hallar un distribuidor del servicio que sea leal al objetivo del fabricante y asuma parte de la campaña publicitaria. Se aumenta el precio del servicio para el consumidor ya que el distribuidor debe obtener ganancia. Se debe innovar constantemente para estar a la vanguardia de las nuevas tecnologías de punta, esto requiere de inversiones para lograrlo.

2.7.3 Selección de los canales de comercialización. Con base a la información anterior, el canal más adecuado para la nueva empresa comercializadora de una aplicación móvil de publicidad y promoción dirigido a las discotecas, bares y restaurantes de la ciudad de Bucaramanga, es el canal b) Oferente de servicios, agente vendedor y al consumidor final. Ver figura 8.

Figura 9. Canal de Comercialización propuesto.



Este canal Indirecto Corto no representa un aumento significativo en el valor del servicio al cliente, ya que este servicio tecnológico tiene un bajo costo de inversión y acceder a este servicio publicitario es de bajo costo, ideal para empresas de todos los tamaños. Como técnica a emplear en el canal Indirecto corto, se va a optar por la atención personalizada o visita directa al cliente para así aprovechar y captar la necesidad específica de cada establecimiento y prestar un excelente servicio publicitario a los dueños de las discotecas, bares y restaurantes de la ciudad de Bucaramanga.

2.8 PRECIO

2.8.1 Análisis de precios de la competencia. Como ya se ha evidenciado y se aclara en el punto 2.5, que no hay actualmente en el mercado de la ciudad de Bucaramanga una empresa que oferte o comercialice un producto similar a un aplicativo móvil que genere información en tiempo real para dar publicidad a las

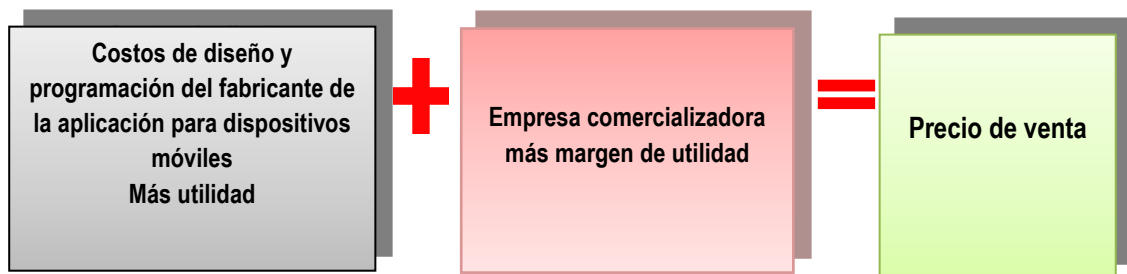
discotecas, bares y restaurantes, por lo tanto no hay un precio de referencia de la competencia.

Pero se tiene la información recopilada en las encuestas realizadas a los dueños de las discotecas, bares y restaurantes, que actualmente publicitan por otros medios que nos dan una idea de cuánto estarían dispuestos a invertir en publicidad, se hace referencia a la pregunta 4. ¿En promedio cuánto invierte mensualmente en publicidad?

- Un 42% estaría dispuesto a invertir hasta \$100.000
- Un 42% estaría dispuesto a invertir hasta \$200.000
- Un 16% estaría dispuesto a invertir hasta \$300.000

2.8.2 Estrategias de fijación de precios. Como única estrategia para la fijación de precios sobre el servicio de publicidad a ofrecer, se fijará con base en el costo del fabricante más un margen de utilidad adecuado que le permita a la nueva empresa comercializadora ofertar un servicio con un precio atractivo para el cliente y rentable para las partes. Este precio se aumentará de un año a otro proporcionalmente al incremento que haya tenido el índice de precios al consumidor en el año calendario inmediatamente anterior a aquél en que deba efectuarse el reajuste. Para establecer el precio de venta del servicio publicitario, se tendrá en cuenta el factor de costos, para su cálculo se revisara entonces el costo total del diseño y programación del fabricante de la aplicación para dispositivos móviles y el porcentaje de utilidad esperado inicialmente del 8%, como se muestra en la figura 10.

Figura 10. Estrategia para la fijación del precio del servicio publicitario.



Cabe aclarar que para este punto tenemos en cuenta sólo la estrategia y se adiciona el margen de utilidad sin mencionar el precio, pues este se determina una vez identificado los costos fijos totales y costos variables totales en el estudio financiero.

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCION

Hacer publicidad y promoción debe generar ventas, ya que es una forma de motivar a los clientes a comprar servicios o productos, por lo tanto la publicidad debe hacer llegar los mensajes que queremos transmitir para ofrecer el servicio, mensajes que deben ser creíbles, aceptables y persuasivos, deben tener un impacto claro y directo.

2.9.1 Objetivos. Los objetivos que se pretenden alcanzar con el desarrollo de estrategias de publicidad y promoción son:

- a)** Realizar publicidad de manera limpia con mensajes claros y sencillos para generar impacto en los consumidores del servicio. Las estrategias de publicidad y promoción se diseñan teniendo en cuenta los cuatro elementos que generan la satisfacción del cliente, como son: producto, plaza, promoción y precio; es decir, la mezcla de mercadeo.
- b)** Incursionar en el mercado motivando y estimulando a los dueños de las discotecas, bares y restaurantes de la ciudad de Bucaramanga, a través de diferentes estrategias publicitarias como Portafolio de servicios, revistas, prensa, donde se dé información de la Aplicación Móvil, que genere conocimiento e interés por el servicio ofertado.
- c)** Crear interés en los dueños de las discotecas, bares y restaurantes de la ciudad de Bucaramanga, dándoles a conocer los beneficios y alcance del servicio publicitario. Se buscará que la publicidad sea de acción directa, que busque una respuesta inmediata; es decir, que induzca a adquirir el producto en un plazo de tiempo muy corto.
- d)** Consolidar la presencia de la empresa comercializadora en el mercado, asegurando y fidelizando los clientes al brindarles un excelente servicio y calidad, lo cual se verá reflejado y tendrá concordancia con el logotipo y el lema o slogan que se utilizará en el lanzamiento de la empresa.
- e)** Lograr que los dueños de las discotecas, bares y restaurantes de la ciudad de Bucaramanga, identifiquen fácilmente mediante el nombre y el logotipo, la razón social de la empresa comercializadora y que tengan claro las ventajas diferenciales del mismo con los existentes en el mercado, a través del precio, economía, servicio, calidad, variedad, oportunidad de respuesta y responsabilidad.

2.9.2 Logotipo. Será el distintivo peculiar de la empresa, este contará con letras y gráficos de fácil comprensión permitiendo una rápida fijación en la mente del consumidor. Con la presentación del logotipo se pretende manifestar la razón de ser de la empresa, su explicación es la siguiente:

- Su diseño está basado en el color azul oscuro porque este color sugiere responsabilidad, autenticidad, seguridad, fidelidad e inspira confianza, además es uno de los colores más populares y poderosos.
- El logotipo contiene una imagen que representa dos copas que aducen un brindis que según la tradición significa celebración, pero según otras versiones de la historia griega el brindis tiene que ver con la muestra de confianza que el anfitrión ofrecía a sus invitados. La imagen simula un choque de las copas que significa según la historia griega salpicar y mezclar el contenido de ambas copas, esto era realizado por los monarcas y los nobles para eliminar rivalidades, para demostrar que la bebida no estaba envenenada, como vemos entra de nuevo en juego una cuestión de confianza y muestra de amistad en esta acción.
- Sobre la parte inferior del gráfico se encuentra el nombre de la empresa, este se observa impreso en forma lineal debajo del gráfico denotando un soporte; con esto se quiere indicar que la comercializadora de la aplicación móvil para publicidad será un soporte que generará fortaleza comercial a los clientes.
- Las letras del nombre de la empresa son claras, bien marcadas y en color azul, esto refleja perseverancia y éxito empresarial ya que es uno de los colores más populares y poderosos.

Figura 11. Logotipo



2.9.3 Slogan. Es la frase que utilizará la empresa para expresar el objetivo de su razón de ser, que servirá de motivación a la conducta de los clientes. Con esta frase se pretende invitar a los dueños de las Discotecas, Bares y Restaurantes de la ciudad de Bucaramanga, a solicitar el servicio publicitario que le permitirá

mejorar su competitividad comercial por medio de las nuevas tecnologías posicionándose mejor en la mente del consumidor. El lema se conformó y redactó utilizando palabras claras, sencillas, de fácil comprensión y lectura, como se lee en la siguiente figura.

Figura 12. Slogan de la empresa

“Le ofrecemos una aplicación que promocionará sus eventos y servicios en tiempo real las 24 horas del día, podrá interactuar con sus clientes, ahora podrá estar más cerca de ellos”

Mediante este slogan la empresa desea mantenerse en la mente de los dueños de las Discotecas, Bares y Restaurantes, indicándoles que si apuestan por las nuevas tecnologías la información de su establecimiento llegara en forma masiva y los clientes tendrán acceso a la información en cualquier lugar y hora en tiempo real, lo cual permitirá mejorar la competitividad comercial de la empresa.

2.9.4 Análisis de medios. Con la finalidad de seleccionar los medios publicitarios adecuados, para la empresa comercializadora, se debe determinar el alcance, la frecuencia y el impacto que se pretende lograr para favorecer la comunicación del mensaje en la población objeto.

- **Alcance.** Se pretende llegar a las Discotecas, Bares y Restaurantes de la ciudad de Bucaramanga que desean una evolución para su crecimiento y posicionamiento de sus productos y eventos en el mercado, alcanzando sus objetivos publicitando por medio de las nuevas tecnologías.
- **Frecuencia.** Se desea que la población demandante quede expuesta de manera continua al mensaje que la nueva empresa a constituir desea difundir por medios adecuados y tecnológicos y así mantener el interés de los dueños de discotecas, bares y restaurantes de la ciudad de Bucaramanga, en adquirir el servicio ofrecido.
- **Impacto.** Se busca un impacto normal de comunicación, sin llegar a saturar, que le permita al cliente recordar fácilmente el mensaje y tener rápido acceso a la información requerida.

Para lograr alcanzar estos tres ítems se estudiará algunos de los diferentes medios de comunicación que se pueden adaptar a nuestro servicio, son:

- **Catálogo Empresarial:** Permite dar a conocer los beneficios y ventajas que se alcanzan permitiendo promocionar e impulsar los eventos por medio de las nuevas tecnologías lo cual minimizará costos y dará innovación al establecimiento. Aunque los catálogos son costosos por los materiales en que son fabricados y la variedad de colores que requieren, es una herramienta buena a la hora de mostrar, en nuestro caso se distribuirán catálogos en físico y a través de las redes tecnológicas.
- **Periódico:** Es un medio de alto tráfico sobre todo los fines de semana (los dominicales) sin embargo tendría que estudiarse detenidamente la cotización de este medio para obtener el máximo aprovechamiento de la inversión.
- **Radio:** Causa una gran impresión auditiva dentro de la población que cuenta con este medio.
- **Televisión:** Es un importante medio de comunicación por penetrar en el hogar, en la vida diaria y llegar a formar parte del cúmulo de hábitos de cualquier persona. Las ventajas de implementar este medio de comunicación son muy buenas, pero sus costos son muy elevados en comparación de los otros medios.
- **Internet:** Actualmente es el medio de comunicación más importante ya que se impone sobre los otros medios de comunicación, llega en forma masiva a todo el mundo y es fácil de ingresar a sus redes o plataformas por medio de computadoras, teléfonos celulares y tabletas. Su costo es relativamente bajo.
- **Referidos:** Es uno de los más efectivos del marketing, ya que para las personas el obtener la recomendación de un tercero es más poderoso que cualquier campaña publicitaria, pues se basa en la confianza y objetividad de quien refiere. El costo de inversión de la publicidad por medio de referidos es mucho más económico que los otros tipos de publicidad.

2.9.5 Selección de medios. Cada medio ofrece ventajas pero también tiene sus limitaciones; por lo tanto se deben examinar las siguientes características para definir los medios más adecuados para la empresa comercializadora.

Hábitos de la audiencia meta. Buscar el medio más eficaz para llegarle al cliente que se desea para cumplir con los objetivos del servicio en la empresa.

Servicio y/o producto. Cada tipo de medio publicitario tiene su propio potencial de demostración, visualización, explicación, credibilidad y colorido.

Mensaje. Un mensaje que anuncie un servicio deberá ser publicado en un medio que sea correspondiente con la agilidad y rápida difusión que la empresa desea.

Costo. Hay medios costosos y económicos para la publicidad de mensajes, se debe escoger el más adecuado dependiendo del recurso financiero y de las características del servicio a publicitar.

Considerando lo anterior se seleccionan los siguientes medios de publicidad y promoción para difundir la creación de la empresa comercializadora:

- **Medio impreso:** Portafolio de servicios, cartas de presentación, directorio telefónico
- **Medio electrónico:** Internet y página web.

2.9.6 Estrategias Publicitarias. Las estrategias publicitarias a emplear para dar a conocer la empresa comercializadora de la aplicación móvil Evensite Ltda. , se consideran de dos clases: publicidad de lanzamiento y publicidad de operación.

a) Publicidad de lanzamiento o expectativa. Se utilizará para captar la atención del cliente y se hará el día de la apertura y lanzamiento de la empresa en el mercado.

- **Publicidad impresa:** Se enviará carta de presentación dirigida a los 122 establecimientos encuestados entre discotecas, bares y restaurantes (que de acuerdo a la pregunta 5 de la encuesta aplicada a la demanda, han manifestado que si existiera en el Mercado una Aplicación Móvil para promocionar los eventos sociales, su empresa si publicaría a través de este medio).
- **Coctel de inauguración:** Se tiene pensado realizar un coctel de lanzamiento en la ciudad de Bucaramanga al cual se espera que asistan los dueños y administradores de los 122 establecimientos (bares, discotecas y restaurantes), a los cuales se les ha entregado previamente su tarjeta de invitación.

b) Publicidad de operación. Se utiliza para dar a conocer el servicio publicitario durante su crecimiento y posicionamiento, para lograr fidelizar los clientes y captar continuamente la atención de clientes nuevos.

- **Visitas comerciales:** Se realizaran visitas comerciales a establecimientos de bares, discotecas y restaurantes, para mostrar la funcionalidad y los servicios que pueden obtener con la implementación de la aplicación, estas visitas cuentan con celulares móviles inteligentes y laptop que llevara el asesor comercial para mostrar los servicios y la administración de la aplicación móvil.
- **Campañas digitales:** Haremos campañas por las principales redes sociales (Facebook y Twitter) para poder alcanzar un mayor impacto en nuestros clientes, siendo un medio importante en la penetración de usuarios y un canal directo para nuestros clientes.
- **Tele mercadeo:** Nuestra asistente de contenidos mantendrá una relación telefónica constante con nuestros clientes, se encargará de realizar una labor de actualización en la información de cada uno de ellos, y adquisición de clientes nuevos.

- **Mailing comercial:** Realizaremos mailing comercial como canal directo con nuestros clientes para notificar promociones, servicios nuevos, noticias, adquisición de nuevos clientes, este mailing por el momento se realizará con plataformas como mailchimp. (Herramienta de marketing muy valiosa para los blogs, páginas web y empresas. Nos permite mantener contacto con los clientes y visitantes de nuestro sitio web y nos proporciona una fuente de tráfico cualificado. Si queremos recibir más tráfico en nuestra web nuestro principal recurso será la creación de una lista de correo, Mailchimp nos ofrece de forma totalmente gratis una cuenta de email marketing en la que podemos tener hasta 2000 suscriptores y enviar hasta 12000 correos al mes.)

2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción. Para la publicidad del presente proyecto se tiene estimado el siguiente presupuesto:

2.9.7.1 De lanzamiento El presupuesto que se ha de emplear para la publicidad de lanzamiento del presente proyecto es el siguiente:

Cuadro 10. Presupuesto publicidad de lanzamiento.

Publicidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Carta de presentación	122	\$ 133	\$ 16.200
Tarjeta de Invitación a Coctel	122	\$ 354	\$ 43.200
Mensajería	122	\$ 885	\$ 108.000
Coctel	122	\$ 20.492	\$ 2.500.000
Total			\$ 2.667.400

2.9.7.2 De operación: El presupuesto de operación que se ha de emplear para el proyecto es el siguiente:

Cuadro 11. Presupuesto publicidad de operación.

Publicidad	Cantidad		Vlr. Unitario	Vlr. Mes	Vlr. Total
	mes	año			
Portafolio de Servicios	20	240	\$ 7.000	\$ 140.000	\$ 1.680.000
apoyo visitas comerciales	2	24	\$ 1.000.000	\$ 166.667	\$ 2.000.000
Apoyo Tele mercadeo	2	24	\$ 700.000	\$ 116.667	\$ 1.400.000
Total				\$ 423.333	\$ 5.080.000

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto se definirá en cantidad de servicios a prestar, teniendo en cuenta los factores que lo limitan como: el tamaño del mercado, la capacidad financiera, el recurso humano y la tecnología.

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. El tamaño del proyecto se define porque constituye una base primordial para fijar la capacidad de prestación de servicios que tendrá la empresa, y su proyección de crecimiento durante los próximos cinco años, teniendo en cuenta los recursos físicos, humanos, financieros y tecnológicos disponibles.

3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto. A continuación se presenta el resultado del análisis de los factores que determinan el tamaño del proyecto como: el tamaño del mercado, capacidad financiera, recurso humano y la tecnología. Estos son algunos de los factores que impiden o regulan el normal funcionamiento del proyecto, de manera que pueden afectar directa o indirectamente el plan empresarial; induciendo así al éxito en caso de que los factores anteriormente mencionados sean favorables al proyecto o al fracaso en la medida que las condiciones presentadas sean desfavorables.

3.1.2.1 El tamaño del proyecto y la demanda, Hay tres situaciones básicas del tamaño que pueden identificarse respecto del mercado: aquella en que la cantidad demandada total sea claramente menor que la menor de las unidades productoras posibles de instalar, aquella en que la cantidad demandada sea igual a la capacidad mínima que se puede instalar y aquella en que la cantidad demandada sea superior a la mayor de las unidades productoras posibles de instalar.

De acuerdo con los resultados del estudio de mercados se demostró que este factor no es limitante, debido a que se cuenta con el 54% de la demanda con actitud favorable frente a la adquisición del servicio, resultado obtenido en el cuestionario estructurado **pregunta 5** y un 51% que considera los aplicativos móviles como medio muy efectivo para dar publicidad resultado obtenido en el cuestionario estructurado **pregunta 3**, se tiene en cuenta que la demanda es de 148 establecimientos de comercio para el primer año de operación.

3.1.2.2 El tamaño del proyecto y los suministros e insumos: Los insumos no son factores que limiten el proyecto ya que en la ciudad de Bucaramanga existe una buena cantidad de proveedores de tecnología y son de fácil consecución en el mercado. En cuanto a los elementos administrativos también se pueden adquirir con facilidad en el comercio en general, con lo cual se describe la ausencia de dificultades u obstáculos en lo que respecta a la adquisición de los mismos.

3.1.2.3 El tamaño del proyecto y la disponibilidad de tecnología y equipos: En el proyecto, la tecnología seleccionada permite la ampliación de la capacidad productiva porque se utilizara tecnología de punta, esta clase de tecnología que se requiere para el montaje y las actividades que deberá desarrollar la empresa comercializadora de servicios publicitarios a través de una aplicación móvil, no presentan dificultad para su adquisición, montaje y mantenimiento; la ciudad de Bucaramanga cuenta con proveedores idóneos que permitirá seleccionar la tecnología más adecuada de acuerdo a las necesidades de los clientes, aspecto que disminuye notoriamente las limitaciones para la comercializadora del servicio publicitario.

3.1.2.4 El tamaño del proyecto y la localización: En el estudio de mercado se señaló que la nueva empresa a constituirse tendrá localización y acción inicialmente en la ciudad de Bucaramanga, esto es adecuado para las autoras ya que se cuenta con facilidad de transporte, parqueo y con todos los servicios públicos lo cual ofrece mayores ventajas para el proyecto y menos limitantes.

3.1.2.5 El tamaño del proyecto y el Recurso Humano: Se observa la necesidad de contratar personal con habilidades, destreza y conocimientos sobre actividades y procedimientos especializados en asesoría en mercadeo y publicidad. El perfil de este recurso se encuentra en la ciudad y es ofertado por instituciones universitarias y técnicas como la UCC (Ingeniería de mercados), la UNAB (Ingeniería de mercados), la UDES (Profesional en Mercadeo y Publicidad), el SENA (Técnico en Mercadeo), entre otras.

3.1.2.6 El tamaño y el financiamiento: Las autoras, quienes son las inversionistas interesadas en el proyecto, manifiestan que cuenta con máximo \$15´.000.000 como recursos propios para el montaje y puesta en marcha de la empresa. Cabe aclarar que la inversión se realiza por partes iguales. Sin embargo si se requiere de una mayor inversión, existe la posibilidad de adquirir un préstamo con entidades financieras de la ciudad de Bucaramanga, en tal caso para un valor máximo de \$20´.000.000, teniendo en cuenta la situación económica y la disponibilidad personal.

3.1.3 Capacidad del proyecto. La capacidad del proyecto se define en términos de la cantidad de servicios que la empresa comercializadora Evensite podrá ofrecer para atender las necesidades de publicidad de las discotecas, bares y restaurantes de la ciudad de Bucaramanga durante un año de funcionamiento. El número de servicios a prestar se debe determinar con base en tres capacidades, estas son: diseñada, instalada y utilizada.

3.1.3.1 Capacidad total diseñada del servicio. Esta capacidad corresponde al máximo nivel de servicios de publicidad prestados a los dueños de las discotecas, bares y restaurantes de la ciudad de Bucaramanga, y se planea considerando los factores que se determinaron para describir el tamaño del proyecto. La capacidad diseñada depende de dos variables fundamentales: El número de equipos de cómputo y el número de personal que realizará la atención al cliente, en este caso el Gerente General y el Asesor Comercial.

De acuerdo con lo anterior se dispone de 2 equipos de cómputo, con una capacidad diaria de 8 servicios (1 servicio por hora), por lo cual se puede atender a 16 clientes diarios x 5 días a la semana (atención de lunes a viernes) x 52 semanas en el año, es decir que EVENSITE LTDA, tendrá una capacidad diseñada de 4.160 servicios en cuanto a equipos de cómputo.

En el caso de la variable personal, se dispone de manera inicial de 2 funcionarios, con una capacidad diaria de 8 horas (horario laboral) x 5 días laborados a la semana (atención lunes a viernes) x 52 semanas al año, es decir que EVENSITE LTDA, tendrá una capacidad diseñada de 4.160 servicios, variable personal.

Cuadro 12. Capacidad diseñada

Establecimientos	Total servicios año	N° Personas que realizan el servicio	Total capacidad del aplicativo
346	4.160	2	ILIMITADA

3.1.3.2 Capacidad instalada. La capacidad instalada se calculará teniendo en cuenta que no siempre la empresa será utilizada al 100%, con base al sistema de suplementos por descanso como porcentaje de los tiempos normales, se tomará en cuenta la variable personal ya que en el cálculo de la capacidad instalada trabajando en un 100% se atendería 4.160 servicios, no se tendrá en cuenta los equipos dado que estos son operados por el personal y de esta se calculará la capacidad instalada.

Por lo anterior se tendrá en cuenta suplementos por necesidades personales, suplementos base de fatiga, concentración intensa trabajos de precisión y fatigosos y tensión mental considerando muy complejo. Se considera a partir del hecho que la función sea realizada por mujeres, por ser esta en el caso de los suplementos constantes como el más alto según el sistema.²⁹

Cuadro. 13. Suplementos personal.

VARIABLE	PORCENTAJE
Suplemento por necesidades Personales	7%
Suplemento base de fatiga	4%
Concentración intensa (Trabajos de precisión o fatigoso)	2%
Tensión Mental (Proceso muy complejo)	8%
Total	21%

Por lo anterior y teniendo en cuenta que el porcentaje de suplemento de descanso es equivalente al 21%, se tomará 4.160 servicios anuales reflejados en la capacidad diseñada x 79% siendo este el porcentaje efectivo de trabajo (100% - 21%), para un total de 3.286 servicios al año prestados por EVENSITE Ltda.

Cuadro. 14. Capacidad instalada

Establecimientos	Total servicios año	N° Personas que realizan el servicio	Total capacidad del aplicativo
273	3.286	2	ILIMITADA

3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada. Es la cantidad de servicios que efectivamente se van a producir en determinado periodo de tiempo. La capacidad utilizada para el primer año será de 3.286 servicios publicitarios, empleando un profesional en mercadeo y publicidad y el Gerente para atender los 273 establecimientos entre discotecas, bares y restaurantes de la ciudad de Bucaramanga. Sin embargo se tomará para la capacidad Utilizada, sólo el 40% de la capacidad instalada que obedece al resultado abajo calculado, basados en la demanda del servicio obtenida en el estudio de mercados.

Demanda del servicio que obedece a un 54% de los establecimiento que manifestaron que estarían dispuesto a adquirir el servicio, según el cuestionario estructurado en su pregunta 5 y un 51% que considera los aplicativos móviles como muy efectivos, según la pregunta 3 del mismo cuestionario, es decir 148 establecimientos, sin embargo se tomará como base un 74% de dicha demanda

²⁹ GARCIA CRIOLLO, Roberto Estudio del trabajo 2^{da} ed. Mc GRAW-HILL/ INTERAMERICANA EDITORES S.A 459p. ibíd. p 228

es decir para el año 1 serán 110 establecimientos que estarían dispuestos a adquirir el servicio de publicidad, se toma dicho porcentaje debido a los constantes cambios tecnológicos que hacen de dicho mercado tenga más fluctuaciones y adicionalmente por la preselección realizada a los 539 establecimientos de los 1364 existentes en el mercado potencial.

Cuadro. 15. Capacidad utilizada para el primer año

Establecimientos	Total servicios año	N° Personas que realizan el servicio	Total capacidad del aplicativo
110	1320	2	ILIMITADA

Por las características propias del servicio que la empresa ofertará al mercado objetivo, la utilización de la capacidad instalada, está en función de las ventas del servicio que se logren realizar en cada periodo anual. Siendo conservadores en el pronóstico de las ventas se estima un crecimiento del 20% anual* , por lo tanto se llegaría en el año 3 a la demanda total del servicio es decir 148 establecimientos de comercio, para los años 4 y 5 se tendrá en cuenta el crecimiento del mercado y lo cambios de la misma ya que el uso de la tecnología están tomando mucha más fuerza, igualmente se estima persuadir con herramientas de mercadeo a los 65 propietarios de establecimientos de comercio que al realizar el estudio de mercado consideran efectiva el uso de publicidad mediante un aplicativo móvil, de acuerdo con la pregunta 3.

Cuadro 16. Proyección de la capacidad utilizada a 5 años.

AÑO	No DE ESTABLECIMIENTOS	N° DE SERVICIOS AL AÑO	TOTAL CAPACIDAD DEL APLICATIVO
1	110	1320	ILIMITADA
2	132	1584	ILIMITADA
3	158	1901	ILIMITADA
4	189	2281	ILIMITADA
5	226	2737	ILIMITADA

Como se observa en el cuadro 16, en el transcurso de 5 años se logrará llegar un 42% de establecimientos entre discotecas, bares y restaurantes elegidos por su ambiente joven que estarían dispuestos a adquirir el servicio publicitario y aun no se utilizaría la capacidad total que la aplicación móvil ofrece a la empresa.

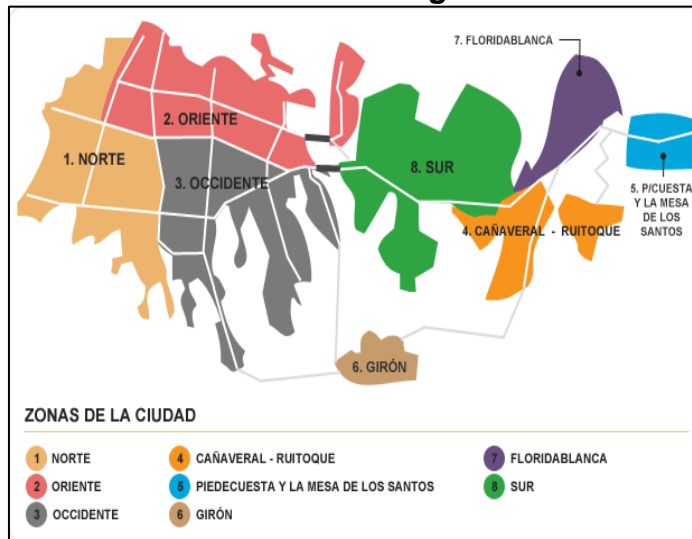
Este porcentaje de crecimiento fue considerado por las autoras, basadas en la información suministrada por la Oficina de las Tics' del municipio de Bucaramanga y en datos de la cámara de comercio

3.2 LOCALIZACION

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital. En este punto, es importante analizar cuál es el sitio idóneo donde se puede instalar el proyecto, incurriendo en costos mínimos y en mejores facilidades de acceso a recursos, equipos, etc. El objetivo que persigue la localización de este proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos y máximos beneficios.

3.2.1 Macro localización. Se comparan las alternativas entre las zonas de Bucaramanga y su área metropolitana y se procede a seleccionar la que ofrece mayores ventajas para el proyecto.

Figura 13. Mapa de localización Bucaramanga



Fuente: www.inmobiliariacaicedoytorres.com. Consultado el 4 de abril de 2015.

Figura 14. Ficha técnica Bucaramanga

FICHA TÉCNICA DE BUCARAMANGA	
Latitud: 07°08'0" Norte	
Longitud: 73°08' Oeste	
Temperatura: Promedio de 24°C y una máxima promedio de 30.9 °C (IDEAM)	

Continuación Figura 14. FICHA TÉCNICA DE BUCARAMANGA	
meseta a 959 m sobre el nivel del mar en la cordillera Oriental 959	
Límites: Por el Norte con el municipio de Rionegro; por el Oriente con los municipios de Matanza, Charta y Tona; por el Sur con el municipio de Floridablanca y; por el Occidente con el municipio de Girón	
Pisos térmicos: Cálido 55 km ² , medio 100 Km ² y frío 10 km ²	
Posición Geográfica: se encuentra en una terraza inclinada de la Cordillera Oriental a los 7° 08' de latitud norte con respecto al Meridiano de Bogotá y 73° 08' de longitud al Oeste de Greenwich.	
Superficie: 165 km ²	
Fundación: 22 de Diciembre de 1622 en las estribaciones nororientales de la cordillera de los Andes por el español Andrés Páez de Sotomayor y Miguel de Trujillo	
Otros nombres que ha recibido el municipio: Ciudad Bonita de Colombia, la Ciudad de los Parques	
Población: 527.913 habitantes 2015, proyección DANE por edades simples	
Densidad: 3736.4 hab/km ²	
Gentilicio: Bumangueses	
Alcalde Actual: Dr. Luis Francisco Bohórquez, periodo 2012 – 2015, ideas Liberales	
Ríos Principales: El Río de Oro y el Suratá y las quebradas: La flora, Tona, La Iglesia, Quebrada Seca, Cacique, El Horno, San Isidro, Las Navas, La Rosita, Bucaramanga.	
Sitio Web: http://www.bucaramanga.gov.co/	

Bucaramanga es la capital del departamento de Santander. Está ubicada al nororiente de Colombia y dista a 384 km de Bogotá, la capital del país. Por ser capital de departamento, Bucaramanga alberga las sedes de la Gobernación, la Asamblea, la sede seccional de la Fiscalía y el Área Metropolitana de Bucaramanga. Su población asciende a 527.913 habitantes.³¹ Está rodeada por los municipios de Girón, Floridablanca y Piedecuesta con los cuales se conforma el Área Metropolitana de Bucaramanga y cuya población asciende a 1.038.622 habitantes.³² El área de Bucaramanga es de 165 km², las diferentes altitudes de algunos puntos del suelo permiten que la ciudad se encuentre en varios pisos

³¹ ALCALDIA DE BUCARAMANGA. Disponible en <http://www.bucaramanga.gov.co/>. Consultado Diciembre 26 de 2014.

³² ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE INDUSTRIALES. Disponible en http://www.acicam.org/documents/InformeEspecial_Santander.pdf. Consultado Diciembre 26 de 2014.

térmicos que se distribuyen en cálido 55 km², medio 100 km² y frío 10 km². Bucaramanga, capital del departamento de Santander limita por el Norte con el municipio de río negro; por el oriente con los municipios de matanza, Charta y Tona; por el sur con el municipio de Floridablanca y; por el occidente con el municipio de girón.³³

- Aspectos de infraestructura: actualmente la empresa electrificadora de Santander ESSA tiene una cobertura del 99,85%³⁴, Las empresas encargadas de la recolección de estos residuos son la empresa de aseo de Bucaramanga, aseo Chicamocha, limpieza urbana y metro aseo, el municipio cuenta con un 80 a 90% con los servicios de agua entubada, , pavimentación, drenaje, teléfono, correo, transporte terrestre, bancos, centros comerciales, iglesias, centros de salud, escuelas, panteones, parques, canchas deportivas, etc.
- Aspectos socio-económicos: Los sectores de Calzado – Marroquinería, Confecciones y Joyería en Santander han tenido un importante desarrollo en términos del volumen de personas, familias, microempresas y empresas dedicadas a la manufactura de las diferentes líneas de producto, estableciendo de esta manera un reconocimiento natural de la región en este mismo sentido; acompañado de una vocación natural a desarrollar productos basados en catálogos de marcas reconocidas a nivel internacional, garantizando de esta manera un alto nivel de consumo de estos productos por parte del mercado local y nacional así como por algunos mercados vecinos poco exigentes.³⁵

El Plan de la ciudad de Bucaramanga para el período 2012-2015³⁶ se orienta a partir de diez ejes programáticos que le permitirán convertirse en una ciudad amable, sostenible y competitiva. Así, la sostenibilidad ambiental, las preocupaciones por la adaptación al cambio climático y la sostenibilidad en el desarrollo físico e integral de la ciudad se concretan en el eje denominado “Sostenibilidad Ambiental y Ordenamiento Territorial” así como en el denominado “Movilidad vial y peatonal”. Por otro lado, la sostenibilidad urbana, desde el punto de vista de la provisión de servicios sociales, se concreta en los siguientes ejes: “Lo Social es Vital”, “Salud y Protección”, “Educación”, “Deporte y Cultura” y finalmente, “Convivencia y seguridad ciudadana”.

³³ ALCALDIA DE BUCARAMANGA. Disponible en <http://www.bucaramanga.gov.co/>. Consultado Diciembre 26 de 2014.

³⁴ ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE INDUSTRIALES. Disponible en http://www.acicam.org/documents/InformeEspecial_Santander.pdf. Consultado Diciembre 26 de 2014.

³⁵ ALCALDIA DE BUCARAMANGA. Disponible en <http://www.bucaramanga.gov.co/>. Consultado Diciembre 26 de 2014.

³⁶ ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE INDUSTRIALES. Disponible en http://www.acicam.org/documents/InformeEspecial_Santander.pdf. Consultado Diciembre 26 de 2014.

La sostenibilidad económica, aquella que busca la asociación público – privada en la construcción del tejido económico y social de la región y la generación de cadenas de producción y consumo sostenibles se concreta en eje programático “Empleo y generación de ingresos”.

Finalmente, las actuaciones que se pretenden realizar deben dirigirse de manera sistemática a través de estrategias de buen gobierno, transparencia y sostenibilidad fiscal, las cuales se concretan en el eje denominado “Administración eficiente es buen gobierno” y en el eje de “Participación Ciudadana”.

- **Aspectos de infraestructura:** La ciudad de Bucaramanga cuenta con vías de acceso como las Carreras 15, 27 y 33, la Autopista Bucaramanga - Piedecuesta y el Anillo Vial Floridablanca -Girón. Se conecta con el territorio nacional por vía terrestre con Barrancabermeja, con la Costa Caribe, con Cúcuta, en la frontera con Venezuela, y con el Departamento de Boyacá por la carretera central en tránsito a Bogotá. En el último año (2010), las operaciones de tráfico aéreo en el Aeropuerto Internacional Palonegro se han incrementado en un 55,6 %, movilizando un total de 1.196.348 pasajeros, cumpliendo la expectativa que se tenía de pasajeros para el 2025.³⁷

La ciudad también cuenta con un Terminal de Transporte Terrestre que está Considerado como el mejor de Colombia, con destinos a todo el país y recibe aproximadamente 1.400.000 pasajeros anualmente. Según censo realizado por el DANE, Cabecera del Llano cuenta en su territorio con casi todos los servicios: Energía eléctrica, Alcantarillado, Acueducto, Gas natural, Telecomunicaciones todos en un 99.5 % en escala de 1 a 100.³⁸

- **Aspectos institucionales:** El municipio de Bucaramanga sigue una política de rápido desarrollo urbano que se debe al incremento poblacional que se ha dado en los últimos años, surgiendo de este modo nuevas necesidades que cubrir. Y cuya responsabilidad de ejecución corresponde primordialmente al gobierno Colombiano y al municipio en particular con el objeto de procurar cumplir y satisfacer las directrices de bienestar social.³⁹ Por estos motivos la oficina para

³⁷ ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE INDUSTRIALES. Disponible en http://www.acicam.org/documents/InformeEspecial_Santander.pdf. Consultado Diciembre 26 de 2014.

³⁸ ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE INDUSTRIALES. Disponible en http://www.acicam.org/documents/InformeEspecial_Santander.pdf. Consultado Diciembre 26 de 2014.

³⁹ ALCALDIA DE BUCARAMANGA. Disponible en <http://www.bucaramanga.gov.co/>. Consultado Diciembre 26 de 2014.

la atención a los clientes de la empresa Evensite Ltda., se ubicara en el área urbana del municipio de Bucaramanga.

3.2.2 Micro localización. En la localización a nivel micro se estudian aspectos más particulares a los terrenos ya utilizados. Se analizan los factores de localización que influyen en la decisión de la mejor ubicación del proyecto. Para este propósito en especial, se hace referencia a aquellos factores que en mayor medida justifiquen la toma de decisión que más beneficie a la instalación de la empresa comercializadora de la Aplicación móvil que prestará servicios publicitarios, en base a un criterio economista, cuya localización le proporcione al proyecto la máxima rentabilidad durante su operación. Inicialmente se tienen tres posibles locales que llenan las expectativas y cumplen con los requisitos de carácter general para el funcionamiento de una oficina donde se le brindará al cliente la información o asesoría del funcionamiento y ventajas de la aplicación móvil y a su vez allí se formalizarán los contratos del servicio publicitario.

Para seleccionar de una manera imparcial el local más conveniente para la ubicación de la oficina, se va a recurrir a la técnica de selección de Ponderación de los Factores y Grados. La ponderación de los factores se hace asignándole a cada factor un valor en porcentaje, dependiendo de su importancia en la localización de la empresa; esto será de menor a mayor importancia; teniendo en cuenta que la suma de la ponderación del total de factores escogidos suma 100%. Selección de posibles lugares de ubicación del proyecto:

- CENTRO
- CIUDADELA
- SOTOMAYOR

A continuación se muestra el proceso de la ponderación de los factores y puntuación de los factores grados:

Selección de factores y grados. Se determinan los siguientes factores para el proceso, considerando que son los de mayor incidencia al momento de tomar una decisión acertada para la microlocalización de la empresa. Como se puede observar en el cuadro 17. Descripción de factores para la ubicación del proyecto.

Cuadro 17. Descripción de factores para la ubicación del proyecto

FACTOR	DESCRIPCION
F1	Disponibilidad de vías de acceso
F2	Presencia de actividad comercial
F3	Costo de Arrendamiento
F4	Costo de servicios públicos
F5	Abastecimiento de Servicios de Redes
F6	Vías de transporte hacia los establecimientos clientes
F7	Cumplimiento de las especificaciones legales POT

Se asignan tres grados por factor como se observa a continuación:

F1 Disponibilidad de vías de acceso

Grado 1	Malo	Es mínimo el número de vías
Grado 2	Regular	Es regular el número de vías
Grado 3	Bueno	Es adecuado el número de vías

F2 Presencia de actividad comercial

Grado 1	Malo	Las actividades son escasas
Grado 2	Regular	Las actividades son limitadas
Grado 3	Bueno	Las actividades son variadas

F3 Costo de Arrendamiento

Grado 1	Muy Costoso	Mayor a \$44.091 el m ²
Grado 2	Costoso	Entre \$25.071 y \$33.090 el m ²
Grado 3	Económico	Menor a \$25.070 el m ²

F4 Costo de Servicios Públicos

Grado 1	Muy Costoso	Mayor a \$501.000
Grado 2	Costoso	Entre \$301.000 y \$500.000
Grado 3	Económico	Menor a \$300.000

F5 Abastecimiento de Servicios de Redes

Grado 1	Malo	Deficiente acceso a internet
Grado 2	Regular	Regularidad en acceso a internet
Grado 3	Bueno	Acceso a Internet de banda ancha total

F6 Vías de transporte hacia los establecimientos clientes

Grado 1	Malo	Es mínimo el número de vías
Grado 2	Regular	Es regular el número de vías
Grado 3	Bueno	Es conveniente el número de vías

F7 Cumplimiento de las especificaciones legales POT

Grado 1	Restringido	No se permite
Grado 2	Complementario	Se permite con restricciones
Grado 3	Principal	Se permite el funcionamiento

Ponderación y puntuación de factores y grados. A cada factor se le asigna un puntaje, que se distribuye entre sus grados; también se asigna la ponderación. Como se observa a continuación en el cuadro 17:

Cuadro 18. Ponderación de los factores y puntuación de factores y grados.

FACTORES Y GRADOS			PUNTOS	PONDERACION
F1	Disponibilidad de vías de acceso			
Grado 1	Malo	0		
Grado 2	Regular	50		
Grado 3	Bueno	100	100	10% x 1000 ptos
F2	Presencia de actividad comercial			
Grado 1	Malo	0		
Grado 2	Regular	40		
Grado 3	Bueno	80	80	8% x 1000 ptos
F3	Costo de Arrendamiento			
Grado 1	Muy costoso	0		
Grado 2	Costoso	155		
Grado 3	Económico	310	310	31% x 1000 ptos
F4	Costo de Servicios Públicos			
Grado 1	Muy costoso	0		
Grado 2	Costoso	100		
Grado 3	Económico	200	200	20% x 1000 ptos
F5	Abastecimiento de Servicios de Redes			
Grado 1	Malo	0		
Grado 2	Regular	50		
Grado 3	Bueno	100	100	10% x 1000 ptos
F6	Vías de transporte hacia los establecimientos clientes			
Grado 1	Malo	0		
Grado 2	Regular	45		
Grado 3	Bueno	90	90	9% x 1000 ptos
F7	Cumplimiento de las especificaciones legales POT			
Grado 1	Restringido	0		
Grado 2	Complementario	60		
Grado 3	Principal	120	120	12% x 1000 ptos
TOTAL			1000	100%

Determinación de la ubicación. Una vez definidos los factores y puntajes se procede a evaluar las alternativas de ubicación, determinando para ello el grado en que se encuentra representado cada factor dentro de determinada localización; la suma de los puntajes obtenidos por factor por cada una de las alternativas dará el parámetro de decisión para la escogencia de la mayor ubicación, que será la que alcance un mayor puntaje. En el cuadro 19 se presenta el proceso para la determinación de la ubicación:

Cuadro 19. Determinación de la ubicación de la oficina.

F	CENTRO		SOTOMAYOR		CIUDADELA	
	GRADO	PUNTAJE	GRADO	PUNTAJE	GRADO	PUNTAJE
F1	1	0	3	100	2	50
F2	3	80	2	40	1	0
F3	1	0	2	155	3	310
F4	3	200	2	100	1	0
F5	2	50	3	100	1	0
F6	1	0	3	90	2	45
F7	2	60	3	120	1	0
	390		705		405	

De acuerdo con los resultados obtenidos en el método de puntos se determina la ubicación de la oficina en un local ubicado en el sector Sotomayor, en la calle 50 No 25- 58, con un canon de arriendo por \$850.000. La empresa inmobiliaria que facilita este inmueble es Capital Ltda.

3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO

El servicio que se va a prestar en la empresa Evensite Ltda., se va a desarrollar con base a procesos adecuados para el servicio publicitario con el propósito de alcanzar la completa satisfacción de los clientes; para ello es necesario detallar técnica y operativamente estos procesos.

3.3.1 Ficha técnica del servicio.

Cuadro 20. Ficha técnica del producto

FICHA TÉCNICA	
Producto principal	Servicio Publicitario prestado a través de una aplicación móvil para las discotecas, bares y restaurantes de la ciudad de Bucaramanga. Se entregará la información cultural y de entretenimiento en tiempo real.
Diseño	* Atención directa al cliente en el establecimiento. * Atención directa al cliente en la oficina de 8:00 am a 12:00 m y de 2:00 pm a 6:00 pm, de lunes a viernes. Atención y soporte técnico las 24 horas del día todos los días a través de nuestra página web en la cual nuestros clientes pueden hacer contacto con nosotros, y de igual forma mantendremos después de que el cliente adquiera el servicio, un soporte técnico telefónico por nuestro técnico especializado, prestando un servicio eficiente y dando soluciones inmediatas.
Especificaciones técnicas	Cuando el servicio de la aplicación móvil es contratado, se hace el levantamiento de información de contenido del lugar, se les entrega a los clientes las piezas publicitarias (material POP), se sube la información a la plataforma móvil, se le da una capacitación a la persona encargada del manejo de la administración del lugar, después se realiza un acompañamiento mientras el cliente se adapta al sistema, este seguimiento se realiza vía telefónica. Ofrecemos un 99% de tiempo de actividad de nuestros servidores y nuestras aplicaciones.
Vida útil	El aplicativo tendrá inicialmente un periodo de vida útil de 3 años, teniendo en cuenta que la tecnología es cambiante y la tecnología de punta evoluciona y se adaptara la empresa a estos cambios.

3.3.2 Descripción técnica del proceso. Teniendo en cuenta la actividad básica de la empresa Evensite, se describe el proceso sobre la manera como se ofrece el servicio publicitario para las discotecas, bares y restaurantes de la ciudad de Bucaramanga, así como también la manera de atender a nuestros clientes y la prestación del servicio.

El servicio publicitario inicia cuando nuestro asesor comercial visita los establecimientos discotecas, bares y restaurantes de la ciudad para mostrar la funcionalidad y los servicios que pueden obtener con la implementación de la aplicación. Allí dará la información inicial sobre el servicio ofrecido por la empresa, preferiblemente hace contacto con el administrador o dueño del establecimiento, nuestro asesor dará información sobre las características, ventajas y costos del servicio. Nuestro asesor siempre llevara un celular móvil inteligente y laptop para mostrar los servicios y la administración de la aplicación móvil y su funcionalidad.

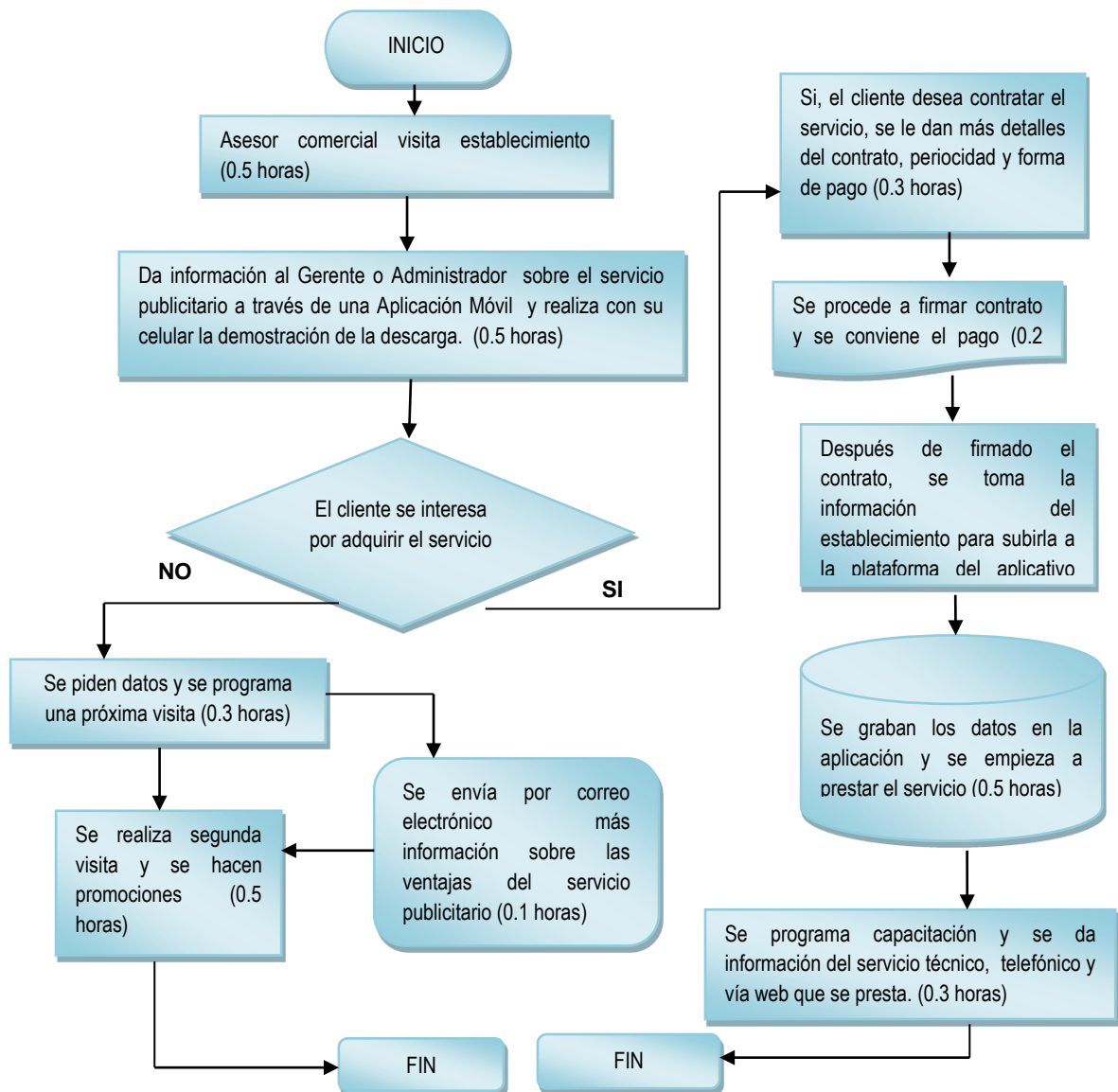
Si en ese momento el cliente decide contratar el servicio publicitario, se procede a dar información y condiciones del contrato y el periodo de tiempo mínimo del paquete publicitario, también se procede a tomar la información de contenido del lugar, y se programa el día y hora de capacitación de la persona encargada de

subir la información del establecimiento, después se realiza un acompañamiento mientras el cliente se adapta al sistema, este seguimiento se realiza vía telefónica.

Si el cliente en el momento de la visita comercial decide no aceptar el servicio publicitario, se toman sus datos y correo electrónico para seguir enviándole información del servicio publicitario y se programara una segunda visita.

3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento

Figura. 15. Diagrama de proceso.



3.3.4 Control de calidad. La empresa Evensite, desde su inicio implementará los principios de calidad de la norma ISO 9001:2008 para que los procedimientos cumplan los estándares de certificación.

El control de calidad de los servicios publicitarios a ofrecer por la empresa se medirá de la siguiente forma, bajo los siguientes parámetros:

- Teniendo en cuenta la opinión de los clientes, quienes son los que se encargan de calificar a través de la aplicación el servicio. También se contará con un buzón de sugerencias en la oficina y se visitarán los clientes para que por medio de un formato evalúen el servicio.
- Toda actividad estará supervisada por el Gerente, quien estará atenta y presta a la correcta realización de todos los procesos, y a su corrección dado el caso de que se cometan errores en algún proceso.
- La calidad de los equipos y servidores para el desarrollo de las diferentes actividades se asegurará por medio de mantenimientos preventivos y el correcto uso de los mismos.
- Se llevarán controles de tiempo desde la toma del servicio hasta la efectiva prestación del mismo, cumpliendo con los plazos máximos establecidos y verificando que la información del establecimiento llegue a los usuarios finales en tiempo real.

La calidad del servicio es un elemento diferenciador por lo que se tendrá estricto control del mismo antes de ser instalado, y se ejercerá estricto control en la solución de cualquier duda, inconveniente o servicio técnico que soliciten los clientes. Además de lo anterior se realizarán periódicamente las siguientes actividades con el fin de mantener el sistema de gestión de calidad y el resultado de dichas actividades permitirá hacer retroalimentación en busca de un mejoramiento continuo para beneficio de los clientes:

- **Mejoramiento:** Se realizarán evaluaciones periódicas por parte de la gerencia para determinar la conveniencia de los procedimientos aplicados en la prestación del servicio publicitario que presta la empresa y así determinar si se deben realizar cambios que se ajusten mejor a las necesidades de nuestros clientes.
- **Auditoria Interna:** Se evaluará el desempeño del personal encargado de cada proceso para determinar si hay no conformidades.
- **No conformidades:** Se buscan soluciones a las no conformidades y se establece un periodo de tiempo para ejecutar las acciones correctivas las cuales deben ser cerradas en el tiempo establecido para ello.

3.3.5 Recursos. Los recursos deberán permitir el montaje de la empresa y la operacionalización de la misma, estos se deben determinar teniendo en cuenta la capacidad del proyecto.

3.3.5.1 Recurso humano. Para el funcionamiento de la empresa Evensite Ltda., se requiere el siguiente recurso humano, quienes serán los encargados de la prestación del servicio:

Cuadro 21. Recurso humano.

CARGO U OFICIO	No. EMPLEADOS
Gerente general	1
Secretaria Auxiliar Contable	1
Técnico en desarrollo de sistemas SENA	1
Asesor comercial tecnólogo en publicidad	1
Contadora	1
Servicios Generales	1
Gerente general	1
Secretaria Auxiliar Contable	1
Técnico en desarrollo de sistemas SENA	1
Asesor comercial tecnólogo en publicidad	1
Contadora	1
Servicios Generales	1

3.3.5.2 Recurso físico. La empresa Evensite Ltda. , requiere para la prestación de sus servicios el siguiente recurso físico:

Cuadro. 22. Equipos de oficina, herramientas, muebles y enseres requeridos

Descripción	Cant.	Necesidad
Computador de Escritorio, Intel Core i7, 16GBs RAM, 1 TB disco duro	1	Los Computadores son las herramientas principales e indispensables para realizar, administrar y mejorar las apps y la plataforma web. Personal técnico de soporte en instancias virtualizadas y uso de aplicaciones que requieren de un alto consumo de capacidad de procesamiento.
Portátil Intel 2,39 GHZ, Pantalla 14"HD LED Memoria 4GB Disco 500GB	2	Personal de ventas, y el gerente del proyecto.
Computador de Escritorio, Intel Celeron, 4GBs RAM, 500 GB disco duro	1	Secretaria Auxiliar Contable.
Impresora Monocromática 28ppm 128MB Procesador 600MHz	1	Herramientas esenciales en cualquier oficina, se necesita para imprimir documentos, comunicarse con clientes, cuadrar citas y más.
Teléfono	1	Para comunicación con los clientes, proveedores etc.
Samsung GALAXY S4	1	Herramientas esenciales para probar el funcionamiento de la

Descripción	Cant.	Necesidad
		App en Android y para el uso del Comercial
IPhone 4S	1	Herramientas esenciales para probar el funcionamiento de la App en IOS y para el uso del comercial
Escritorios	4	Técnico Web y técnico Móvil de contenidos, servicio en línea y mantenimiento a toda la plataforma tecnológica, lugar donde organizar su información, Secretaria Auxiliar Contable con computador, Escritorio para asesor comercial, contador y gerente.
Sillas ergonómicas	4	Gerente, contador, asesor comercial, técnicos de soporte, Secretaria.
Sillas auxiliares	4	Visitantes
Archivadores	1	Indispensable para guardar ordenadamente todos los documentos de contabilidad y contratos
Mueble integrado	1	trabajar administrando la plataforma web
Otros (Cocedora, grapadora, tijeras etc..)	4	Útiles de Oficina regulares

3.3.5.3 Recurso de insumos. La empresa Evensite, requiere para la prestación del servicio los siguientes insumos.

Cuadro 23. Recurso de insumos requerido

Descripción	Cant.	Especificaciones
Licencia de Windows Pro OEM	4	Sistema operativo para el computador de escritorio
Cableado Estructurado	1	Necesario para la conexión eléctrica y de internet de los 6 puestos de trabajo
Microsoft Office 2013 Standard	1	Software necesario para la redacción de cartas, presentación de documentos en tablas y presentaciones. Este software va a ser manejado por la Secretaria.
Servicio de Internet	1	Necesario para el servicio publicitario, es primordial para alimentar la aplicativo móvil con información de los clientes e interactuar con ellos.
Servicio de energía eléctrica	1	Indispensable para el manejo de los equipos.
Memorias USB	4	Para realizar copias de seguridad y almacenar información necesaria para el buen funcionamiento de los procesos.
Kit de Papelería en general e implementos de oficina	1	Indispensable para el manejo de una oficina
Kit de tintas impresión	1	Indispensable para el manejo de una oficina
Kit de artículos de aseo	1	Indispensable para el manejo de una oficina

3.3.6 Análisis de Proveedores. La ciudad de Bucaramanga ofrece una buena cantidad de proveedores, para el funcionamiento de la empresa se han seleccionado los siguientes teniendo en cuenta su experiencia, buen servicio y calidad de los productos que ofrecen:

Cuadro 24. Proveedores de equipos

Proveedor	Ubicación	Teléfono
Compumax: Fabricante de Computadores e Infraestructura, empresa Colombiana, surge de la necesidad del mercado local de la Informática, teniendo como principios básicos la Calidad y el Servicio al Cliente. Amplio portafolio de Productos y Servicios en computadores de Escritorio, Portátiles Y Tablet buscando alcanzar las expectativas comerciales, sociales y culturales de los Colombianos	Calle 41 No 35-47	6917000

Cuadro 25. Proveedores de muebles

Proveedor	Ubicación	Teléfono
Equi-ofis: Conscientes de la necesidad de economizar espacios que permitan un ambiente óptimo para el desarrollo de las actividades, así como de la comodidad que merece el personal de su institución, nos permitimos ofrecerles una amplia gama de muebles para su entidad, que han sido sometidos a un estricto control de calidad.	Cr 17 # 53 – 27	6834320
Continuación Cuadro 25. Proveedores de muebles		
Debido a esto y a nuestros 15 años de experiencia, podemos brindarle la mejor garantía del mercado con los precios más asequibles.		
Home – class: Somos una empresa enfocada al desarrollo de sus ideas, brindándoles una excelente asesoría en su proyecto o remodelación generando ambientes modernos y de gran satisfacción para sus necesidades en mobiliario.	Cr 16a # 49 – 18	6423767

Cuadro 26. Proveedores de insumos

Proveedor	Ubicación	Teléfono
CENTRAL PAPELERA	Carrera 28 # 56-47	6434222
HOM CENTER	Calle 36 # 13 – 20	6339733
LITOGRAFIA LA BASTILLA	Carrera 16 # 22-50	6300148

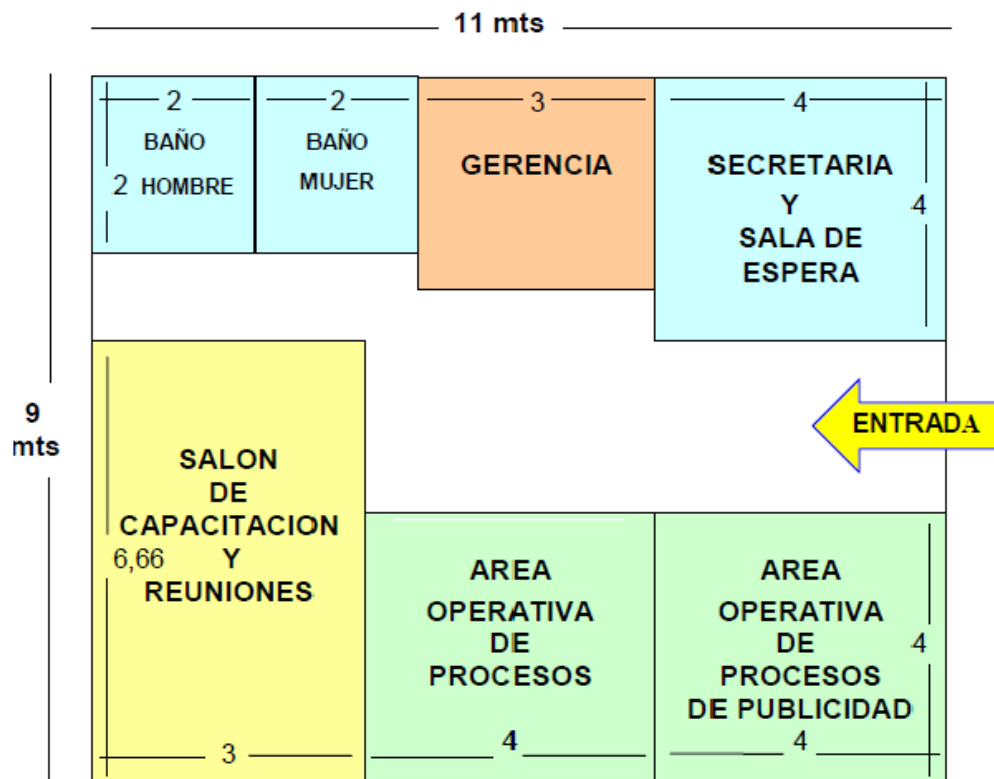
3.3.7. Distribución de planta. Teniendo en cuenta que la empresa requiere de un lugar para la atención del público es necesario disponer de un local para el funcionamiento de la oficina; y de acuerdo al estudio realizado anteriormente en la microlocalización y a los resultados obtenidos en la aplicación del método de

puntos se determina el sector del barrio Sotomayor como la mejor opción con dirección de la oficina en la en la calle 50 No 25- 58.

Este local se arrendaría por medio de la inmobiliaria Capital, quien facilita el inmueble con un canon de arriendo por valor de \$850.000; el local es amplio y cuenta con un área de 99 mts² (11 metros de largo X 9 metros de ancho), distribuidos de la siguiente forma:

<u>Sección</u>	<u>Área (mts²)</u>
Gerencia	3X4
Secretaria y Sala de espera	4X4
Salón de capacitación y reuniones	6.66X3
Área operativa de procesos de publicidad	4X4
Área operativa de procesos de tecnología	4X4
Baño hombres	2X2
Baño mujeres	2X2
Pasillo	5.5X2

Figura. 16. Distribución de planta para la oficina



4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

El estudio administrativo se realiza con la finalidad de definir los requisitos exigidos, según forma de constitución de la empresa que se va a crear. Así mismo, comprende la formulación de los lineamientos básicos que regirán la cultura organizacional de la empresa como son: la visión. La misión, los objetivos y las políticas que se emplearan en el giro ordinario de la empresa.

También contiene el diseño de la estructura organizacional de la empresa, donde se evidenciara el personal necesario, se describirán sus funciones, los perfiles de los cargos y la estructura salarial.

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

La empresa será constituida bajo la figura de “Empresa Limitada”, que corresponde a una persona jurídica mediante la cual el empresario, destina parte de sus activos para la realización de una o varias actividades mercantiles. Se puede constituir por escritura pública o documento privado reconocido ante notario o ante el funcionario autorizado por la cámara de comercio.

En cualquiera de los dos casos, el documento debe contener como mínimo la siguiente información:

- Nombre completo, documento de identidad, domicilio (municipio) y dirección de la persona que constituye la empresa Ltda.
- Nombre de la empresa seguida de la expresión o de la sigla Ltda.
- Domicilio de la empresa
- Término de duración, el cual puede ser preciso o indefinido.
- Enunciación clara y completa de las actividades principales (objeto) que ha de desempeñar la empresa, a menos que se exprese que la empresa podrá realizar “cualquier acto lícito de comercio”
- Monto del capital
- El número de cuotas en que se divide el capital y el valor nominal de las mismas
- La forma de administración y representación legal de la empresa Limitada y el nombre, documento de identidad y las facultades del representante legal.

4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL

4.2.1 Visión. La empresa Evensite Ltda. , desarrollara sus actividades de servicio publicitario con el firme propósito de alcanzar en el mediano plazo la siguiente visión:

“La empresa Evensite Ltda., para el año 2018 será la empresa líder en ofrecer servicios publicitarios para Discotecas, Bares y Restaurantes en la ciudad de Bucaramanga, generando una alta rentabilidad prestando un servicio acorde a las necesidades del sector y ofreciendo una adecuada alternativa alcanzando los más altos estándares de calidad y excelencia. Siendo reconocida a nivel de la ciudad como la mejor opción publicitaria basada en tecnología de punta agregando valor mediante la generación de información en tiempo real”.

4.2.2 Misión. La empresa Evensite Ltda. , pretende realizar sus actividades con el desempeño y entusiasmo necesario para dar cumplimiento a la siguiente Misión:

“La empresa Evensite Ltda., liderará iniciativas de las nuevas tecnologías para generar, desarrollar y ofrecer servicios publicitarios para las Discotecas, Bares y Restaurantes de la ciudad de Bucaramanga. El logro de este propósito se basa en un compromiso ético, en la capacidad de comercializar un proceso de comunicación de una manera íntegra, completa y confiable de la información de estos lugares y eventos que constantemente se están realizando, generando información en tiempo real, incentivando el desarrollo comercial y tecnológico de la ciudad. Apoyados en un equipo humano de excelente profesionalismo y un alto sentido de pertenencia”.

4.2.3 Objetivos. Los objetivos de la empresa Evensite Ltda., pretenden alcanzar la posibilidad en la organización de desarrollarse y proyectarse en el futuro.

- Realizar servicios publicitarios que le permitan a nuestros clientes, Discotecas, Bares y Restaurantes de la ciudad de Bucaramanga, un mejor desempeño en el área comercial y publicitario mejorando su nivel competitivo.
- Facilitar a las Discotecas, Bares y Restaurantes de la Ciudad de Bucaramanga, servicios publicitarios dinámicos y flexibles que estén acordes a sus necesidades y que cumplan con sus expectativas, obteniendo así los mejores resultados para cumplir con los compromisos laborales y comerciales de las partes.

- Cumplir con los requisitos exigidos por las instituciones estatales y privadas para constituirse y desarrollarse en el mercado, llegando a tener una estructura empresarial de reconocido prestigio en el mercado local.
- Establecer un control de calidad no solo en el servicio publicitario, también en las actividades empresariales en general, que la lleven en un futuro a obtener el certificado de calidad ISO, dotándola de instrumentos que le permitan competir con más fuerza en el mercado.
- Ofrecer servicios publicitarios contando con personal altamente calificado y motivado por el progreso de la empresa, con la disposición de ofrecer el mejor trato al cliente con un servicio eficiente y eficaz, logrando la satisfacción y fidelización del cliente.

Para conseguir estos objetivos la empresa Evensite Ltda. , deberá fundamentar su actividad de acuerdo con los siguientes principios y valores:

- **LEGALIDAD.** Las licencias tecnológicas, insumos y elementos que se requieran para la prestación del servicio publicitario se adquirirán debidamente bajo todos los requerimientos de ley con el fin de evitar el plagio, el contrabando y cualquier actividad ilegal.
- **CALIDAD.** Todos los servicios publicitarios que ofrezca la empresa Evensite Ltda., serán bajo procedimientos adecuados a los requerimientos del cliente, con el propósito de satisfacer sus necesidades y expectativas, siempre en busca del mejoramiento continuo.
- **EDUCACION Y CULTURA.** Todas las personas empleadas por la empresa Evensite Ltda. , por su contacto directo con el cliente, se dirigirán y abordaran al cliente de manera muy respetuosa para sugerirle o escucharlo con atención, brindando siempre la atención que se merece.
- **SERVICIO.** Todas las actividades de la empresa estarán orientadas por los principios de apoyo y servicio a quien lo necesite, de una manera ágil y eficiente, dentro y fuera de la empresa.
- **ÉTICA.** La empresa Evensite Ltda. , actuará con independencia y bajo criterios de rigor, respeto, honestidad, equidad y pluralismo. La información que faciliten y dispongan los clientes para su publicidad, será manipulada y estudiada con absoluta reserva.

- **RENTABILIDAD.** La empresa Evensite Ltda. , siempre buscará conseguir resultados económicos que permitan la reinversión permanente y la autonomía empresarial, aspectos claves para un futuro prometedor.

4.2.4 Políticas

Políticas de personal. Las políticas de personal pueden mejorarse y adaptarse según las circunstancias específicas de la empresa que la ha de poner en práctica, con la participación de administradores, supervisores y trabajadores en su elaboración y su revisión final por un abogado y un especialista en administración laboral, con el fin de que las políticas queden bien elaboradas y conforme a la ley lo indica.

- La contratación se hará directamente con la empresa, pero se emplearán bolsas de empleo para la convocatoria y alistamiento del personal.
- Los contratos se realizaran a término fijo por prestación de servicios por tres meses inicialmente y después por un año.
- Toda persona a contratar debe ser mayor de edad.
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- Al seleccionar el asesor de servicio, será preferible del sexo femenino y cabeza de familia.
- La contadora será contratada por servicios, es decir no hará parte de la nomina de la empresa.
- El salario se establecerá de acuerdo a lo establecido en el código sustantivo de trabajo legal vigente.
- La dotación se dará como lo estipula la ley, se debe dar a los trabajadores que devenguen hasta dos salarios mínimos legales mensuales vigentes, y se otorga cada cuatro meses.

Políticas de compras.

- Todos los aspectos relacionados con las compras necesarias para el buen funcionamiento de la empresa, en el momento en que inicie su funcionamiento estará encargado el gerente.
- Todo tipo de licencias o insumos que sean requeridos para la prestación del servicio publicitario deben ser comprados a proveedores legales, que presenten la documentación completa, legal y vigente de su constitución.
- Los pagos a los proveedores de los insumos será cada 30 días, los días viernes en horario de 2:00 a 5:00 p.m.
- La secretaria es la encargada de solicitar cotizaciones y tendrá en cuenta las alternativas de cotizaciones y/o servicios de por lo menos 3 proveedores y las presenta al gerente quien seleccionará el proveedor más idóneo.

- Es responsabilidad de la secretaria documentar todas las operaciones de compra para satisfacer las necesidades fiscales y de auditoría.

Políticas de ventas.

- El proceso de venta del servicio publicitario se hará directamente en el establecimiento visitado o en la oficina, estableciendo un contrato a la fecha de inicio de las actividades.
- La empresa aceptará pagos en efectivo, con tarjeta de crédito o en línea (virtuales).
- La forma de pago de los servicios publicitarios por parte del cliente se realizara así: 50% al iniciar el contrato y el otro 50% al finalizar el periodo contratado o 50% al iniciar el contrato y el otro 50% se divide en los periodos restantes. La forma de pago será flexible de acuerdo a lo pactado con cada cliente.

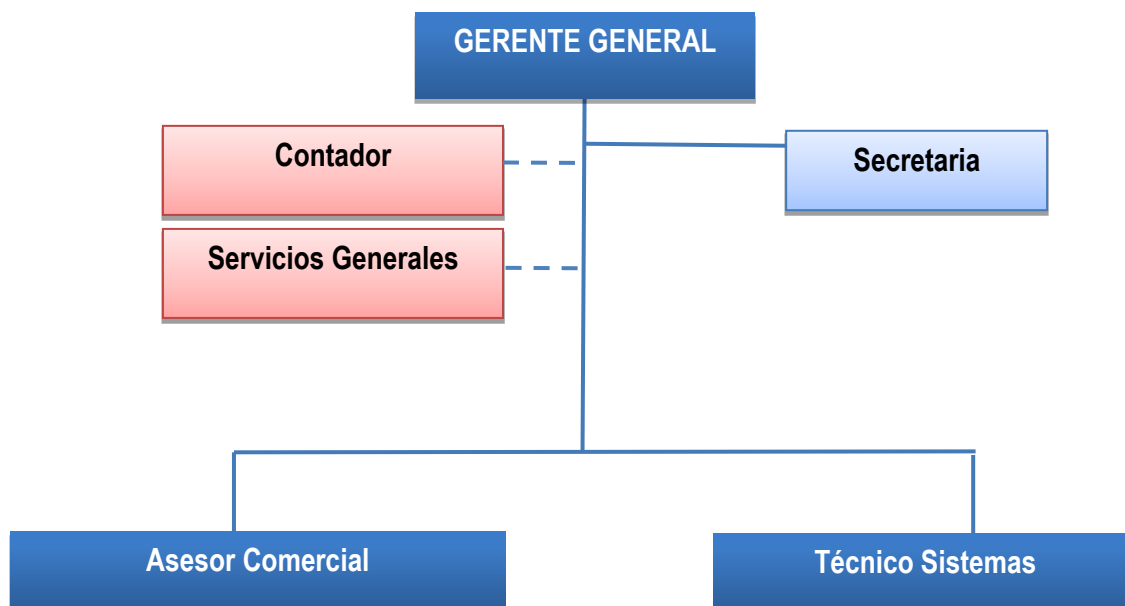
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La empresa Evensite Ltda. , en la ciudad de Bucaramanga, tiene como finalidad la prestación de servicios publicitarios basados en las tecnologías de la información y las comunicaciones, información generada en tiempo real, incentivando el desarrollo comercial y tecnológico de la ciudad. Los servicios están dirigidos a las Discotecas, Bares y Restaurantes de la ciudad de Bucaramanga. Para la creación de esta empresa se requiere que su estructura organizacional este comprendida por las siguientes áreas funcionales:

- Área Administrativa y Financiera. Se encarga de la administración, organización, planeación, dirección, control y evaluación de las actividades realizadas en la empresa.
- Área Operativa. Se encarga de la atención y prestación del servicio publicitario al cliente. Son los responsables de la calidad en la prestación del servicio.


4.3.1 Organigrama. Es la fotografía de la empresa, a través de este se puede observar la constitución jurídica, el orden la comunicación y la estructura jerárquica que se tiene. Este organigrama refleja la organización de la empresa:


Figura. 17. Organigrama de Evensite Ltda.




4.3.2 Descripción y perfil de cargos. Se hará una descripción del perfil de los cargos requeridos para el funcionamiento de la empresa Evensite Ltda.


Cuadro 27. Descripción de funciones del cargo Gerente general

		MANUAL DE FUNCIONES			
1.1 Descripción de cargo					
Denominación: Gerente/general		Fecha	05	01	2015
Departamento o nivel: Área Administrativa.					
Objetivo general: Articular y consolidar la gestión y operación institucional para Continúa Cuadro 27. Descripción de funciones del cargo Gerente general					
Asegurar el buen funcionamiento de la empresa y el posicionamiento estratégico de la misma.					
1.2 Requerimientos de Educación y Formación					
✓ Profesional Gestor Empresarial con experiencia en procesos de Calidad.					
1.3 Experiencia Requerida					
✓ Experiencia mínima 1 año como gerente.					
1.4 Habilidades					
✓ Requiere habilidad mental para la toma de decisiones y generar estrategias que permitan el buen desempeño de la organización.					
✓ Interpretación de estados financieros					
✓ Elaboración de presupuestos					
Diseño y seguimiento de indicadores financieros					


	MANUAL DE FUNCIONES	
2. Funciones y Responsabilidades		
Funciones:		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Supervisar y controlar el funcionamiento de las diferentes áreas. ✓ Buscar los recursos financieros que requiera la empresa. ✓ Fijar los objetivos y políticas de calidad en la empresa. ✓ Contratar el personal adecuado para la operación. ✓ Responsable por la dirección empresarial. ✓ Relaciones comerciales con las entidades financieras y crediticias. 		
Responsabilidades:		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumplir con los requisitos del Sistema de Gestión de la Calidad. ✓ Dirigir, vigilar, controlar y evaluar la ejecución y cumplimiento de los objetivos, políticas, planes y programas inherentes al objeto de la entidad. ✓ Ordenar los gastos, dictar los actos administrativos y celebrar los contratos y convenios necesarios para el cumplimiento de los objetivos y funciones de la entidad. ✓ Nombrar, remover y contratar al personal de la entidad, conforme a las normas legales, reglamentarias y estatutarias vigentes. 		

Cuadro 28. Descripción de funciones del cargo Contador

	MANUAL DE FUNCIONES	
1.1 Descripción de cargo		
Denominación: Contador	Fecha	05 01 2015
Departamento o nivel: Área Administrativa.		
Objetivo general:		
Gestionar las actividades contables y tributarias de la Empresa, controlando y verificando los procesos de registro, clasificación y contabilización del movimiento, a fin de garantizar que los estados financieros sean confiables y oportunos, de acuerdo con la normatividad vigente, para cumplir con las obligaciones legales y facilitar la toma de decisiones dentro de la organización.		
1.2 Requerimientos de Educación y Formación		
✓ Título Contador público autorizado.		
1.3 Experiencia Requerida		
✓ Experiencia mínima de 2 años como contador de una empresa comercial.		
1.4 Habilidades		
Conocimiento y destreza para manejar programas del sistema office: Word, Excel, PowerPoint, así como para el manejo de internet, requeridos para la elaboración y presentación de informes y todo aquello que se requerido por su gestión.		
2. Funciones y Responsabilidades		
Funciones:		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Llevar los registros contables en debida forma y al día. ✓ Supervisar la gestión contable de la empresa. ✓ Registro y manejo contable para su revisión semanal por parte del contador ✓ Gestionar las actividades contables y tributarias de la Empresa, controlando y verificando los procesos de registro, clasificación y contabilización de los movimientos. 		
Continuación Cuadro 28. Descripción de funciones del cargo Contador		
✓ Preparar los balances y estados financieros		

	MANUAL DE FUNCIONES	
Responsabilidades:		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Coordinar la elaboración de los informes periódicos financieros de la Empresa, solicitados por la gerencia o por los entes de regulación y control del estado. ✓ Garantizar que los estados financieros sean confiables y oportunos, de acuerdo con la normatividad vigente, para cumplir con las obligaciones legales y facilitar la toma de decisiones dentro de la organización. 		


Cuadro 29. Descripción de funciones de la Secretaria


	MANUAL DE FUNCIONES	
1.1 Descripción de cargo		
Denominación: Secretaria auxiliar contable	Fecha	05 01 2015
Departamento o nivel: Área Administrativa.		
Objetivo general: Ejecutar con responsabilidad y esmero los trabajos ordenados por su jefe inmediato, necesarios y acordes con las funciones propias de la empresa.		
1.2 Requerimientos de Educación y Formación		
✓ Secretariado Auxiliar contable SENA		
Continuación Cuadro 29. Descripción de funciones de la Secretaria		
1.3 Experiencia Requerida		
✓ Experiencia mínima dos años como secretaria auxiliar contable en empresas de servicios.		
1.4 Habilidades		
Trabajo bajo presión en pro del cumplimiento del manejo de los documentos de la empresa, la contratación del personal y la agenda del jefe inmediato. Manejo de herramientas ofimáticas (Word, Excel, PowerPoint).		
2. Funciones y Responsabilidades		
Funciones:		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atender las llamadas telefónicas que se reciben en la empresa ✓ Responder los correos que llegan a la empresa ✓ Responder por el manejo confidencial de los documentos y libros a su cargo ✓ Dar información oportuna ya sea por medio telefónico o personal referente a los servicios que brinda la empresa. ✓ Elaborar las cotizaciones de los servicios a los clientes que lo soliciten ✓ Llevar la agenda de clientes y proveedores de la empresa. ✓ Tramitar todo tipo de documentos relacionados con el personal de la empresa. 		
Responsabilidades:		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atención telefónica a clientes externos e internos. ✓ Manejo de personal involucrado con ventas. ✓ Manejo de personal involucrado en la prestación del servicio. ✓ Información oportuna de actividades y oportunidades del mercado. ✓ Manejo de cotizaciones de compras 		

Cuadro 30. Descripción de funciones del cargo Asesor Comercial

		MANUAL DE FUNCIONES			
1.1 Descripción de cargo					
Denominación: Asesor de ventas.		Fecha	05	01	2015
Departamento o nivel: Área Administrativa.					
Objetivo general: Brindar a los clientes de la empresa la información y asesoría necesaria que le permita al cliente conocer el servicio y realizar su adquisición.					
1.2 Requerimientos de Educación y Formación					
<input checked="" type="checkbox"/> Tecnólogo en publicidad y/o mercadeo y ventas					
1.3 Experiencia Requerida					
<input checked="" type="checkbox"/> Experiencia mínima un año como asesor comercial con manejo de cartera.					
1.4 Habilidades					
Alto conocimiento en mercadeo y publicidad. Estar a la vanguardia en las nuevas tecnologías de la información. Conocimiento en el manejo de Aplicaciones móviles en celulares. Manejo de herramientas informáticas (Word, Excel, Power Point).					
2. Funciones y Responsabilidades					
Funciones:					
<input checked="" type="checkbox"/> Asesorar a los clientes sobre el funcionamiento de la Aplicación Móvil enfocado					
<input checked="" type="checkbox"/> a sus necesidades que le permitan visualizar las ventajas de publicitar por este medio.					
Continuación Cuadro 30. Descripción de funciones del cargo Asesor Comercial					
<input checked="" type="checkbox"/> Tomar nota de las necesidades específicas de cada cliente para satisfacer sus necesidades con el servicio publicitario.					
<input checked="" type="checkbox"/> Promover los paquetes mensuales del servicio.					
Responsabilidades:					
<input checked="" type="checkbox"/> Remitir a los técnicos información y necesidades que el cliente desea que se le publique, con las respectivas observaciones necesarias.					
<input checked="" type="checkbox"/> Realizar una buena demostración del descargue y funcionamiento de la aplicación al cliente.					
<input checked="" type="checkbox"/> Tener una actitud apropiada, ser atento y servicial con los clientes que visita a presentar el servicio y a realizar la venta					

Cuadro 31. Descripción de funciones de Técnico en desarrollo de sistemas.

		MANUAL DE FUNCIONES			
1.1 Descripción de cargo					
Denominación: Técnico en sistemas		Fecha	05	01	2015
Departamento o nivel: Área Operativa					
Objetivo general: Realizar actividades en el manejo de Administración de servidores Linux, publicación en sitios web, manejo de Wordpress, administración de servidor web apache, MYSQL consultas.					
Continuación Cuadro 31. Descripción de funciones de Técnico en desarrollo de sistemas.					

 Evensite	MANUAL DE FUNCIONES	
1.2 Requerimientos de Educación y Formación		
✓ Técnico en desarrollo de Sistemas SENA		
1.3 Experiencia Requerida		
✓ Un año como mínimo en labores similares.		
1.4 Habilidades		
✓ Alto conocimiento en el funcionamiento de aplicaciones móviles y web.		
✓ Trabajo bajo presión en pro al diseño del servicio a prestar.		
Manejo de herramientas tecnológicas que faciliten la atención a los clientes		
2. Funciones y Responsabilidades		
Funciones:		
✓ Realizar el soporte técnico a los servicios de la aplicación móvil Evensite.		
✓ Prestar apoyo técnico a los trabajos que se realicen en el desarrollador.		
✓ Verificar el funcionamiento del equipo reportando las necesidades de mantenimiento, reparación y suministro, para conocimiento de su jefe inmediato.		
✓ Solucionar los problemas técnicos que presenten los clientes al subir la información		
✓ Realizar el reporte de actividades y trabajos efectuados, para conocimiento de su jefe inmediato.		
Responsabilidades:		
✓ Realizar el soporte técnico de los servicios demandados por los clientes.		
✓ Cuidado del equipo tecnológico.		
✓ Mantenerse dentro de los plazos establecidos para la solución de los requerimientos realizados por los clientes, esto requiere buena administración del tiempo y organización.		
✓ Solicitud al jefe inmediato de las licencias y permisos necesarios para realización de cualquier tipo de cambio en la aplicación móvil.		
✓ Respeto para con los clientes externos e internos.		
✓ Orden y aseo en el área de trabajo		

4.3.3 Asignación salarial. Los salarios se establecen según las labores a ejecutar por el perfil de cada cargo y según lo establecido en la normatividad legal vigente.

Cuadro 32. Asignación salarial por cargo

CARGO	CANTIDAD	SALARIO MENSUAL	TIPO DE CONTRATO
Gerente/general	1	\$ 1.300.000	Fijo inferior a un año
Secretaria Auxiliar Contable	1	\$ 700.000	Fijo inferior a un año
Asesor de ventas	1	\$ 800.000	Fijo inferior a un año
Técnico en sistemas servicio técnico y alimentador de aplicativo	1	\$ 800.000	Fijo inferior a un año
Contador	1	\$ 300.000	Honorarios
Servicios Generales	1	\$300.000	Convenio Empresarial

La empresa Evensite Ltda. , define dentro de su política de contratación para el desarrollo de actividades y cumplimiento de la Misión Organizacional, los salarios con base en el Salario Mínimo Legal Vigente (S.M.L.V.) para el año 2015 (\$644.350).

Los servicios generales se contratarán por medio de una agencia de empleos prestadora de estos servicios, dado que solo se requerirá de medio tiempo, por lo cual no se liquidaría el auxilio de transporte ni las prestaciones sociales, ya que estos factores van incluidos en el costo del servicio.

El profesional que desarrolla la función de contador recibirá honorarios por prestación de servicios cada mes. La carga prestacional establecida según la ley es la siguiente:

Cuadro 33. Base liquidación nomina Gerente

CONCEPTO	PORCENTAJE	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
GERENTE			
Valor mensual jornada ordinaria		\$ 1.300.000	
Subsidio de transporte		0	
Salario base para liquidar algunas prestaciones			\$ 1.300.000
PRESTACIONES SOCIALES DIRECTAS			
Cesantías – mensual	8,33%	\$ 108.290,00	
Prima de servicios – mensual	8,33%	\$ 108.290,00	
Interés de cesantías - mensual	1%	\$ 1.082,90	
Dotación mensual	0%	\$ 0,00	
Vacaciones – mensual	4,17%	\$ 54.210,00	
TOTAL PRESTACIONES LEGALES DIRECTAS	22%		\$ 271.873
PRESTACIONES SOCIALES INDIRECTAS			
SENA	0%	\$ 0	
ICBF	0%	\$ 0	
CAJA DE COMPENSACIÓN	4%	\$ 52.000	
TOTAL APORTES PARAFISCALES	4%		\$ 52.000
TRANSFERENCIA			
AFP	12%	\$ 156.000	
EPS	0,00%	\$ 0	
ARP Riesgo I	0,52%	\$ 6.786	

CONCEPTO	PORCENTAJE	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
TOTAL TRANSFERENCIA	13%		\$ 162.786
TOTAL FACTOR PRESTACIONAL A CARGO DEL EMPLEADOR	38,35%		
COSTO TOTAL MANO DE OBRA DIURNA GERENTE GENERAL			\$ 1.786.659

Cuadro 34. Base liquidación nomina Secretaria

CONCEPTO	PORCENTAJE	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
SECRETARIA			
Valor mensual jornada ordinaria		\$ 700.000	
Subsidio de transporte		\$74.000	
Salario base para liquidar algunas prestaciones			\$ 774.000
PRESTACIONES SOCIALES DIRECTAS			
Cesantías – mensual	8,33%	\$ 64.474	
Prima de servicios – mensual	8,33%	\$ 64.474	
Interés de cesantías - mensual	1%	\$ 645	
Dotación mensual	3%	\$ 23.220	
Vacaciones – mensual	4,17%	\$ 29.190	
TOTAL PRESTACIONES LEGALES DIRECTAS	25%		\$ 182.003
PRESTACIONES SOCIALES INDIRECTAS			
SENA	0%	\$ 0	
ICBF	0%	\$ 0	
CAJA DE COMPENSACIÓN	4%	\$ 28.000	
TOTAL APORTES PARAFISCALES	4%		\$ 28.000
TRANSFERENCIA			
AFP	12%	\$ 84.000	
EPS	0,00%	\$ 0	
ARP Riesgo I	0,522%	\$ 3.654	
TOTAL TRANSFERENCIA	13%		\$ 87.654
TOTAL FACTOR PRESTACIONAL A CARGO DEL EMPLEADOR	41,35%		
COSTO TOTAL MANO DE OBRA DIURNA SECRETARIA			\$ 1.071.657

Cuadro 35. Base liquidación nomina Asesor de ventas

CONCEPTO	PORCENTAJE	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
ASESOR DE VENTAS			
Valor mensual jornada ordinaria		\$ 800.000	
Subsidio de transporte		\$ 74.000	
Salario base para liquidar algunas prestaciones			\$ 874.000
PRESTACIONES SOCIALES DIRECTAS			
Cesantías – mensual	8,33%	\$ 72.804	
Prima de servicios – mensual	8,33%	\$ 72.804	
Interés de cesantías - mensual	1%	\$ 728	
Dotación mensual	3%	\$ 26.220	
Vacaciones – mensual	4,17%	\$ 33.360	
TOTAL PRESTACIONES LEGALES DIRECTAS	25%		\$ 205.916
PRESTACIONES SOCIALES INDIRECTAS			
SENA	0%	\$ 0	
ICBF	0%	\$ 0	
CAJA DE COMPENSACIÓN	4%	\$ 32.000	
TOTAL APORTES PARAFISCALES	4%		\$ 32.000
TRANSFERENCIA			
AFP	12%	\$ 96.000	
EPS	0,00%	\$ 0	
ARP Riesgo I	0,522%	\$ 4.176	
TOTAL TRANSFERENCIA	13%		\$ 100.176
TOTAL FACTOR PRESTACIONAL A CARGO DEL EMPLEADOR	41,35%		
COSTO TOTAL MANO DE OBRA DIURNA ASESOR DE VENTAS			\$ 1.212.092

Cuadro 36. Base liquidación nomina Técnico en sistemas servicio técnico y alimentador del sistema

CONCEPTO	PORCENTAJE	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
TÉCNICO EN SISTEMAS SERVICIO TÉCNICO			
Valor mensual jornada ordinaria		\$ 800.000	
Subsidio de transporte		\$ 74.000	
Salario base para liquidar algunas prestaciones			\$ 874.000
PRESTACIONES SOCIALES DIRECTAS			
Cesantías – mensual	8,33%	\$ 72.804	
Prima de servicios – mensual	8,33%	\$ 72.804	
Interés de cesantías - mensual	1%	\$ 728	
Dotación mensual	3%	\$ 26.220	
Vacaciones – mensual	4,17%	\$ 33.360	
TOTAL PRESTACIONES LEGALES DIRECTAS	25%		\$ 205.916
PRESTACIONES SOCIALES INDIRECTAS			
SENA	0%	\$ 0	
ICBF	0%	\$ 0	
CAJA DE COMPENSACIÓN	4%	\$ 32.000	
TOTAL APORTES PARAFISCALES	4%		\$ 32.000
TRANSFERENCIA			
AFP	12%	\$ 96.000	
EPS	0,00%	\$ 0	
ARP Riesgo I	0,522%	\$ 4.176	
TOTAL TRANSFERENCIA	13%		\$ 100.176
TOTAL FACTOR PRESTACIONAL A CARGO DEL EMPLEADOR	41,35%		
COSTO TOTAL MANO DE OBRA DIURNA TECNICO EN SISTEMAS SERVICIO TÉCNICO			\$ 1.212.092

5. ESTUDIO FINANCIERO

Los estudios de mercado y técnico, especialmente este último, permitieron identificar los recursos necesarios para la operación del proyecto, establecer la prestación del servicio publicitario, definir las condiciones y demás requerimientos para el funcionamiento. El anterior estudio administrativo ha permitido determinar la constitución de la empresa y asignación laboral. En el estudio financiero se tiene como objetivo ordenar, sistematizar y convertir estos elementos en valores monetarios y elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para establecer el monto de los recursos financieros necesarios para la implementación, operación y confrontar los ingresos esperados con los egresos, para pronosticar los resultados de la operación que se va a emprender.

5.1. INVERSIONES

Definidas las necesidades de recursos financieros deberán estudiarse y definirse las fuentes que los aportaran, además permite determinar el monto de la inversión necesaria para la puesta en marcha de la empresa, proyectar sus costos de operación, determinar la rentabilidad del proyecto y analizar todos y cada uno de los aspectos económicos que inciden directamente en la toma de decisiones.

5.1.1 Inversión Fija. Son aquellos recursos tangibles, activos fijos o capital fijo, que abarcan la maquinaria, los equipos, muebles y enseres, equipos de oficina y de cómputo que son indispensables para el funcionamiento del proyecto, esta cuantificación se realiza con el fin de evitar gastos innecesarios.

Los activos tangibles están constituidos por los bienes físicos propiedad de la empresa. Algunos son depreciables como maquinaria, equipos, muebles, enseres e instalaciones. Otros activos no son susceptibles de depreciación como los terrenos y construcción pero por el momento la empresa no hará esta inversión.

5.1.1.1 Adecuación y Montaje. Se requiere adecuar las unidades de la oficina con cableado estructurado para los equipos de computo y para el salón de capacitación.

Cuadro 37. Adecuación y montaje.

DETALLE	VALOR TOTAL
Cableado estructurado	\$450.000
TOTAL	\$450.000

5.1.1.2 Maquinaria y equipo. La maquinaria y equipos que se requieren para la empresa está conformada por los computadores personales, portátiles, celulares y demás equipos. Cabe aclarar que los portátiles se adquieren con sus respectivas licencias.

Cuadro 38. Maquinaria y equipo.

DETALLE	CANT.	UNIDAD	VALOR UNIDAD	VALOR TOTAL
Computador de Escritorio	2	Und	\$1.350.000	\$ 2.700.000
Computador Portátil	2	Und	\$1.200.000	\$ 2.400.000
Celulares S4	1	Und	\$ 635.900	\$ 635.900
IPhone 4S	1	Und	\$2.100.000	\$ 2.100.000
TOTAL				\$ 7.835.900

5.1.1.3 Muebles y enseres. Los muebles y enseres que se requieren para el buen funcionamiento y prestación del servicio en la empresa corresponden a escritorios, sala de espera y los requeridos en el salón de capacitación.

Cuadro 39. Muebles y enseres.

DETALLE	CANT.	VALOR UNIDAD	VALOR TOTAL
Archivador	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Escritorios con sillas	4	\$ 600.000	\$ 2.400.000
Sala de espera incluye 4 sillas auxiliares	1	\$ 900.000	\$ 900.000
Mueble integrado	1	\$ 500.000	\$ 500.000
TOTAL			\$ 3.900.000

5.1.1.4 Equipo de oficina. Es el equipo necesario para las actividades administrativas, de ventas, registro y contabilidad de los servicios publicitarios vendidos.

Cuadro 40. Equipo de oficina.

DETALLE	CANT.	UNID.	VALOR UNIDAD	VALOR TOTAL
Impresora	1	Und	\$300.000	\$ 300.000
Teléfono	1	Und	\$140.000	\$ 140.000
Otros (Cocedoras, USB grapadoras, tijeras, papel, etc)	1	Gl	\$ 100.000	\$ 100.000
TOTAL				\$540.000

5.1.1.5 Total de inversión fija. El total de la inversión fija requerida para el funcionamiento de la empresa es:

Cuadro 41. Total de inversión fija

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Maquinaria y equipo (Valor cuadro N° 37)	\$ 7.835.900
Muebles y enseres (Valor cuadro N° 38)	\$ 3.900.000
Equipo de oficina (Valor Cuadro N° 39)	\$ 540.000
TOTAL	\$ 12.275.900

Una vez la empresa EVENSITE LTDA. , determinó sus activos fijos necesarios para la puesta en marcha de la empresa, se concluye que requiere inicialmente una inversión de activos fijos por valor de Doce millones doscientos setenta y cinco mil novecientos pesos **(\$12.275.900) MCTE**

5.1.2 Inversión diferida. Son bienes no físicos y derechos de la empresa necesarios para su funcionamiento, tales como: patentes, nombre comercial, constitución y legalización de la empresa, estudios previos al proyecto, gastos de operación y publicidad de lanzamiento, adecuaciones, papelería, gastos de representación, gastos notariales.

Cuadro 42. Inversión diferida

DETALLE	VALOR TOTAL
Cableado Estructurado	\$450.000
Constitución y legalización (Notariales)	\$ 800.000
Estudios factibilidad previos al proyecto	\$ 1.000.000
Publicidad de operación	\$ 5.080.000
Publicidad de lanzamiento	\$ 2.667.400
Gastos de representación	\$ 100.000
TOTAL	\$ 10.097.400

Una vez EVENSITE LTDA. , determinó la inversión diferida, que necesitará para el funcionamiento de la empresa, se concluye que se requiere inicialmente la suma de Diez millones noventa y siete mil cuatrocientos pesos **(\$10.097.400) MCTE.**

5.1.3 Inversión de capital de trabajo. El capital de trabajo está constituido por el capital adicional (distinto de las inversiones en activo fijo y diferido) es decir, con los recursos necesarios en forma de activos corrientes para cubrir costos y gastos generados por el funcionamiento normal de la empresa. El monto correspondiente debe estar disponible al final del periodo de implementación. Está conformado en esencia por las necesidades de efectivo y de financiamiento de cuentas por cobrar, de avances a proveedores y de pago de gastos por anticipado.

Para la operación normal de la empresa EVENSITE LTDA. , en su ciclo de prestación de servicios publicitarios, se contará con un capital de trabajo para un periodo de un mes el valor de siete millones quinientos noventa y cuatro mil ochocientos diecinueve pesos \$7.594.819, con el propósito de tener el efectivo necesario para el normal funcionamiento de sus actividades. Solamente se determina para el periodo de un mes porque las ventas de los servicios se cancelan en un 50% al firmar el contrato y el restante 50% al terminar el servicio, así se puede indicar que la venta es de contado y por lo tanto están ingresando rápidamente los recursos económicos necesarios para cancelar los costos y gastos del primer mes.

Otro aspecto importante es la depreciación de los activos fijos y amortización de diferidos, teniendo en cuenta que no representan salidas de dinero para este periodo, pero se debe calcular para descontarlos en la contabilidad del periodo inicial.

Depreciación de activos

La depreciación es una reducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo, la cual se causa por tres razones principales; el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la obsolescencia. Para la depreciación de los activos de EVENSITE LTDA. , se utilizará el método de línea recta.

Método de línea recta: Es el método de depreciación más utilizado y con este se supone que los activos se usan más o menos con la misma intensidad año por año, a lo largo de su vida útil; por lo tanto, la depreciación periódica debe ser mismo monto. Este método distribuye el valor histórico ajustado del activo en partes iguales por cada año de uso. Para calcular la depreciación anual basta dividir su valor histórico ajustado entre los años de vida útil, reglamentados en el Decreto 3019 de 1989 artículo 2, es importante aclarar que el presente decreto estima una depreciación de 5 años para computadores y demás equipos tecnológicos sin embargo por los constantes cambio que se presentan en los equipos y su tecnología se proyectó a 3 años. Igualmente se incluye para los

activos que tiene una depreciación mayor a 5 años el valor del salvamento del 50%.

Cuadro 43. Depreciación de activos fijo

Activo fijo	Valor Activo fijo	Vida Útil (Años)	Valor depreciación mensual	Valor depreciación anual	Salvamento
Maquinaria y equipo	\$ 7.835.900	3	\$ 217.664	\$ 2.611.967	
Muebles y enseres	\$ 3.900.000	10	\$ 32.500	\$ 390.000	\$ 1.950.000
Equipo de oficina	\$ 540.000	10	\$ 4.500	\$ 54.000	\$ 270.000
TOTAL	\$ 12.275.900		\$ 254.664	\$ 3.055.967	\$ 2.220.000

De acuerdo con el método de línea recta se determinó que el valor de la depreciación durante el primer año es la suma de Tres millones cincuenta y cinco mil novecientos sesenta y siete pesos (**3.055.967**) MCTE.

Amortización de diferidos

Los activos intangibles deben ser amortizados en la medida en que contribuya a generar renta. En la amortización de los activos intangibles, diferente a la depreciación de los activos fijos, no se tienen una vida útil definida, por lo que cada empresa deberá determinar la vida útil de su intangible considerando que ésta debe ser la menor entre la vida útil estimada y la duración de su respaldo legal. Para aplicar la amortización de sus activos diferidos EVENSITE LTDA. , se utilizará el método de línea recta con una estimación de 3 años.

Cuadro 44. Amortización de activos diferidos

Activo diferido	Valor Activo	Año	Valor Amortización mensual	Valor Amortización Año 1	Año 2	Año 3
Adecuaciones y montaje	\$ 800.000	3	\$ 22.222	\$ 266.667	\$ 266.667	\$ 266.667
Constitución y Legalizaciones	\$ 1.000.000	3	\$ 27.778	\$ 333.333	\$ 333.333	\$ 333.333
Estudios factibilidad previos al proyecto	\$ 450.000	3	\$ 12.500	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000
Publicidad de operación	\$ 5.080.000	3	\$ 141.111	\$ 1.693.333	\$ 1.693.333	\$ 1.693.333
Publicidad de lanzamiento	\$ 2.667.400	3	\$ 74.094	\$ 889.133	\$ 889.133	\$ 889.133
Gastos de representación	\$ 100.000	3	\$ 2.778	\$ 33.333	\$ 33.333	\$ 33.333
TOTAL	\$ 10.097.400		\$ 280.483	\$ 3.365.800	\$ 3.365.800	\$ 3.365.800

5.1.3.1 Costos de prestación del servicio. El costo del servicio que se va a prestar en la empresa será determinado midiendo los siguientes parámetros: insumos, mano de obra directa y costos indirectos del servicio.

- **Insumos.** Los insumos estarán medidos por lo requerido para prestar normalmente el servicio publicitario y son los siguientes:

Cuadro 45. Insumos.

DETALLE	VALOR MES	VALOR AÑO
Servicio proveedor de Evensite	\$ 30.000	\$ 360.000
Servicio de Internet	\$ 90.000	\$1.080.000
Servicio energía eléctrica (53% costos de operación)	\$ 100.000	\$1.200.000
TOTAL	\$ 220.000	\$2.640.000

- **Mano de obra directa.** Es el personal que realiza los servicios publicitarios de venta y de apoyo técnico para que funcione el servicio, los cuales están representados en un asesor de ventas, y un técnico en sistemas servicio técnico. Como se observa en el cuadro 46.

Cuadro 46. Mano de obra directa.

CARGO	SALARIO BASE	AUXILIO DE TRANSPORTE	SALARIO	CARGA PRESTACION AL (41,35%)	VALOR AÑO
Asesor de ventas	\$ 800.000	\$ 74.000	\$ 874.000	\$ 338.092	\$ 14.545.109
Técnico en sistemas	\$ 800.000	\$ 74.000	\$ 874.000	\$ 338.092	\$ 14.545.109
TOTAL	\$1600.000	\$148.000	\$1748.000	\$676.184	\$ 29.090.219

- **Costos indirectos de prestación del servicio.** Se consideran:
 - **Depreciación.** Se incluye tanto los de prestación del servicio como los de administración, ya que se considera esta como parte de la prestación del servicio. Se toma como tiempo promedio de depreciación tres años para la maquinaria y equipo y para los demás ítem, la correspondiente al método de línea recta.

Cuadro 47. Depreciación.

Activo fijo	Valor Activo fijo	Valor depreciación mensual	Valor depreciación anual
Maquinaria y equipo	\$ 7.835.900	\$ 217.664	\$ 2.611.967
Muebles y enseres	\$ 3.900.000	\$ 32.500	\$ 390.000
Equipo de oficina	\$ 540.000	\$ 4.500	\$ 54.000
TOTAL	\$ 12.275.900	\$ 254.664	\$ 3.055.967

El valor de la depreciación mensual será de \$ 254.664 y anualmente de (\$3.055.967).

- **Mano de obra indirecta.** Se considera el Gerente y la Secretaria como trabajadores indirectos en la empresa.

Cuadro 48. Mano de obra indirecta.

CARGO	SALARIO BASE	AUXILIO DE TRANSPORTE	SALARIO	CARGA PRESTACION AL	VALOR AÑO
Gerente General	\$ 1.300.000	\$ -	\$ 1.300.000	\$ 486.659	\$ 21.439.907
Secretaria	\$ 700.000	\$ 74.000	\$ 774.000	\$ 297.657	\$ 12.859.886
TOTAL	\$ 2.000.000	\$ 74.000	\$ 2.074.000	\$ 784.316	\$ 34.299.793

- **Insumos indirectos.** Los insumos considerados son los empleados para realizar el aseo y demás elementos de oficina.

Cuadro 49. Insumos indirectos

DETALLE	VALOR MES	VALOR AÑO
Kit implementos oficina (incluye papelería y tintas)	\$30.000	\$360.000
Kit artículos aseo	\$10.000	\$120.000
TOTAL	\$40.000	\$480.000

- **Total costos del servicio**

Cuadro 50. Total costos de prestación del servicio

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
Insumos (Cuadro 45)	\$ 220.000	\$ 2.640.000
MOD (Cuadro 46)	\$ 2.424.185	\$ 29.090.219
CIF (Cuadro 43)	\$ 254.664	\$ 3.055.967
CIF MOD(Cuadro 48)	\$2.858.316	\$ 34.299.793
CIF (Cuadro 49)	\$ 40.000	\$ 480.000
TOTAL	\$ 5.797.165	\$ 69.565.978

De acuerdo con el cuadro anterior los costos de prestación del servicio, para el primer año de funcionamiento de EVENSITE LTDA. , será de Sesenta y nueve millones quinientos sesenta y cinco mil novecientos setenta y ocho pesos **(\$69.565.978) MCTE.**

5.1.3.2 Gastos de administración y ventas Representa los gastos administrativos y del área de ventas que EVENSITE LTDA. , deberá asumir para cumplir con el servicio estimado en el primer año de funcionamiento.

Cuadro 51. Gastos de administración y ventas.

DETALLE	VALOR MES	VALOR AÑO
Canon establecimiento	\$850.000	\$10.200.000
Acueducto (100%)	\$ 35.000	\$ 420.000
Servicio energía eléctrica (47% Gasto adm)	\$ 90.000	\$ 1.080.000
Línea telefónica	\$ 30.000	\$ 360.000
Amortización Diferidos	\$280.483	\$3.365.800
Contador	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Servicios Generales	\$ 300.000	\$ 3.600.000
TOTAL	\$ 1.885.483	\$ 22.625.800

Se determinó que los gastos de administración y del área de ventas para el primer año de operación serán de Veintidós millones seiscientos veinticinco mil ochocientos pesos **(\$ 22.625.800) MCTE**

5.1.3.3 Gastos Financieros Corresponde a los intereses que serán acreedores EVENSITE LTDA. , por el préstamo correspondiente al 66,74% de la inversión total, de acuerdo con la investigación realizada en las entidades tanto de primer piso como de segundo piso, se determinó que el crédito será solicitado a BANCOLDEX en la modalidad de crédito Capital de trabajo y sostenimiento empresarial con una tasa expresada en DTF (EA) de 4,36%⁴⁰ +/- (+4,40)% puntos anuales ⁴¹, una vez calculada la tasa efectiva para este caso será de 9,13% EA. El valor solicitado a la entidad será de \$20.000.000 millones de pesos, pagados en cuotas fijas en un plazo de 60 meses (5 años). El valor de los intereses pagados por el primer mes corresponde a \$204.000, el valor pagado en el primer año corresponde a \$ 5.367.820.

5.1.3.4 Total capital de trabajo El capital de trabajo está representado por aquellos recursos que requiere la compañía para poder operar y cubrir sus necesidades de insumos, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación, gastos administrativos y de ventas y gastos financieros, dichos recursos deben estar disponibles para un mes como mínimo. Por lo cual se determinó unos costos y gastos de Siete millones quinientos noventa y cuatro mil ochocientos diecinueve pesos **(\$7.594.819)** MCTE. Como se puede observar en el cuadro 52. Inversión capital de trabajo.

Cuadro 52. Inversión capital de trabajo.

CONCEPTO	VALOR EN MESES
Costos prestación del servicio	\$ 5.797.165
Gastos administrativos y ventas	\$ 1.885.483
Gastos financieros cuota préstamo	\$ 447.318
(-) Depreciación	(\$ 254.664)
(-) Amortización	(\$280.483)
TOTAL	\$ 7.594.819

5.1.4 Inversión total Está representada por la inversión total de la compañía para su puesta en marcha, teniendo en cuenta el total de las inversiones fijas, diferidas y costos de prestación del servicio en su primer mes de funcionamiento.

⁴⁰ BANCO DE LA REPUBLICA, consulta realizada el 31 de marzo de 2015, disponible en <http://www.banrep.gov.co/>

⁴¹ BANCOLODEX, consulta realizada el 30 de marzo de 2015, disponible en <http://www.bancoldex.com/Modalidades-de-credito343/Capital-de-trabajo-y-sostenimiento-empresarial.aspx>

Cuadro 53. Inversión Total

CONCEPTO	VALOR EN MESES
Total de inversión fija (Cuadro 41)	\$ 12.275.900
Total de amortización diferida a 3 años (Cuadro 44)	\$ 10.097.400
Total de inversión capital de trabajo (Cuadro 52)	\$ 7.594.819
TOTAL	\$ 29.968.119

Se determinó que la inversión total que debe realizar EVENSITE LTDA. , para su primer mes de funcionamiento será de Veintinueve millones novecientos sesenta y ocho mil ciento diecinueve pesos **(\$29.968.119) MCTE.**

5.1.5 Fuentes de financiación. El total de la inversión para la puesta en marcha de EVENSITE LTDA. , es de \$29.968.119 pesos, de los cuales un 33,26 % es decir \$9.968.119, serán recursos propios aportado por 2 socios en cantidades iguales, es decir que los aportes individuales serán de \$ 4.984.060. Así mismo el 66,74% de la inversión total representada en \$20.000.000 millones de pesos, serán suministrados por recursos de terceros, a través de un crédito bancario con el Banco de segundo Piso BANCOLDEX, a través de la modalidad capital de trabajo y sostenimiento empresarial orientado al micro y pequeño empresario, cuyo crédito tendrá las siguientes condiciones:

Cuadro 54. Condiciones crédito bancario

Entidad	Bancoldex
Monto solicitado	20.000.000
Plazo solicitado	60 meses
Tasa	DTF 4,36% EA
Puntos (+/-)	+4,40%
Tasa Trimestres anticipada	4,24%
Tasa Efectiva	9,13%
Tasa Nominal	12,20%
Tasa Mensual vencida	1,02%

Cuadro 55. Liquidación Mensual Crédito Bancario

Periodo en Años	Periodo mensual	Saldos de capital	Abonos a Capital	Intereses 1,02 %	Vlr. Abonos + interés
0	0	\$ 20.000.000			\$ 0
1	1	\$ 19.756.682	\$ 243.318	\$ 204.000	\$ 447.318
	2	\$ 19.510.881	\$ 245.800	\$ 201.518	\$ 447.318
	3	\$ 19.262.574	\$ 248.307	\$ 199.011	\$ 447.318
	4	\$ 19.011.734	\$ 250.840	\$ 196.478	\$ 447.318
	5	\$ 18.758.335	\$ 253.399	\$ 193.920	\$ 447.318

Periodo en Años	Periodo mensual	Saldos de capital	Abonos a Capital	Intereses 1,02 %	Vir. Abonos + interés
	6	\$ 18.502.352	\$ 255.983	\$ 191.335	\$ 447.318
	7	\$ 18.243.758	\$ 258.594	\$ 188.724	\$ 447.318
	8	\$ 17.982.526	\$ 261.232	\$ 186.086	\$ 447.318
	9	\$ 17.718.629	\$ 263.897	\$ 183.422	\$ 447.318
	10	\$ 17.452.041	\$ 266.588	\$ 180.730	\$ 447.318
	11	\$ 17.182.733	\$ 269.308	\$ 178.011	\$ 447.318
	12	\$ 16.910.679	\$ 272.054	\$ 175.264	\$ 447.318
	Total (1 año)	\$3.089.320	\$2.278.499	\$5.367.816	\$3.089.320
	13	\$ 16.635.849	\$ 274.829	\$ 172.489	\$ 447.318
	14	\$ 16.358.217	\$ 277.633	\$ 169.686	\$ 447.318
	15	\$ 16.077.752	\$ 280.465	\$ 166.854	\$ 447.318
	16	\$ 15.794.427	\$ 283.325	\$ 163.993	\$ 447.318
	17	\$ 15.508.212	\$ 286.215	\$ 161.103	\$ 447.318
	18	\$ 15.219.077	\$ 289.135	\$ 158.184	\$ 447.318
	19	\$ 14.926.993	\$ 292.084	\$ 155.235	\$ 447.318
	20	\$ 14.631.930	\$ 295.063	\$ 152.255	\$ 447.318
	21	\$ 14.333.857	\$ 298.073	\$ 149.246	\$ 447.318
	22	\$ 14.032.744	\$ 301.113	\$ 146.205	\$ 447.318
	23	\$ 13.728.560	\$ 304.184	\$ 143.134	\$ 447.318
	24	\$ 13.421.273	\$ 307.287	\$ 140.031	\$ 447.318
	Total (2 año)	\$3.489.406	\$1.878.415	\$5.367.816	\$3.489.406
3	25	\$ 13.110.852	\$ 310.421	\$ 136.897	\$ 447.318
	26	\$ 12.797.264	\$ 313.588	\$ 133.731	\$ 447.318
	27	\$ 12.480.478	\$ 316.786	\$ 130.532	\$ 447.318
	28	\$ 12.160.460	\$ 320.017	\$ 127.301	\$ 447.318
	29	\$ 11.837.179	\$ 323.282	\$ 124.037	\$ 447.318
	30	\$ 11.510.600	\$ 326.579	\$ 120.739	\$ 447.318
	31	\$ 11.180.689	\$ 329.910	\$ 117.408	\$ 447.318
	32	\$ 10.847.414	\$ 333.275	\$ 114.043	\$ 447.318
	33	\$ 10.510.739	\$ 336.675	\$ 110.644	\$ 447.318
	34	\$ 10.170.630	\$ 340.109	\$ 107.210	\$ 447.318
	35	\$ 9.827.053	\$ 343.578	\$ 103.740	\$ 447.318
36	\$ 9.479.970	\$ 347.082	\$ 100.236	\$ 447.318	
	Total (3 año)	\$3.941.302	\$1.426.518	\$5.367.816	\$3.941.302
4	37	\$ 9.129.347	\$ 350.623	\$ 96.696	\$ 447.318
	38	\$ 8.775.148	\$ 354.199	\$ 93.119	\$ 447.318
	39	\$ 8.417.337	\$ 357.812	\$ 89.507	\$ 447.318
	40	\$ 8.055.875	\$ 361.462	\$ 85.857	\$ 447.318
	41	\$ 7.690.727	\$ 365.148	\$ 82.170	\$ 447.318
	42	\$ 7.321.854	\$ 368.873	\$ 78.445	\$ 447.318
	43	\$ 6.949.218	\$ 372.635	\$ 74.683	\$ 447.318
	44	\$ 6.572.782	\$ 376.436	\$ 70.882	\$ 447.318
	45	\$ 6.192.506	\$ 380.276	\$ 67.042	\$ 447.318
	46	\$ 5.808.351	\$ 384.155	\$ 63.164	\$ 447.318
	47	\$ 5.420.278	\$ 388.073	\$ 59.245	\$ 447.318
	48	\$ 5.028.247	\$ 392.032	\$ 55.287	\$ 447.318
	Total (4 año)	\$4.451.724	\$916.097	\$5.367.816	\$4.451.724
5	49	\$ 4.632.216	\$ 396.030	\$ 51.288	\$ 447.318
	50	\$ 4.232.147	\$ 400.070	\$ 47.249	\$ 447.318
	51	\$ 3.827.996	\$ 404.150	\$ 43.168	\$ 447.318
	52	\$ 3.419.723	\$ 408.273	\$ 39.046	\$ 447.318
	53	\$ 3.007.286	\$ 412.437	\$ 34.881	\$ 447.318

Periodo en Años	Periodo mensual	Saldos de capital	Abonos a Capital	Intereses 1,02 %	Vir. Abonos + interés
	54	\$ 2.590.642	\$ 416.644	\$ 30.674	\$ 447.318
	55	\$ 2.169.748	\$ 420.894	\$ 26.425	\$ 447.318
	56	\$ 1.744.561	\$ 425.187	\$ 22.131	\$ 447.318
	57	\$ 1.315.038	\$ 429.524	\$ 17.795	\$ 447.318
	58	\$ 881.133	\$ 433.905	\$ 13.413	\$ 447.318
	59	\$ 442.802	\$ 438.331	\$ 8.988	\$ 447.318
	60	(\$ 0)	\$ 442.802	\$ 4.517	\$ 447.318
	Total (5 año)	\$5.028.247	\$339.575	\$5.367.816	\$5.028.247

5.2 COSTOS Y GASTOS

Se encuentran representados en los costos y los gastos de EVENSITE LTDA., debe asumir los cuales no varían durante el año.

5.2.1. Costos y gastos fijos. Son aquellas erogación que la empresa debe incurrir obligatoriamente las cuales no tiene una variación durante el año, que siempre son causados para el funcionamiento de la compañía.

Cuadro 56. Costos y gastos fijos

CONCEPTO	VALOR AÑO	VALOR MENSUAL
Depreciaciones	\$ 3.055.967	\$ 254.664
Amortizaciones	\$ 3.365.800	\$ 280.483
Insumo servicio de internet	\$ 1.080.000	\$ 90.000
Insumo servicio proveedor Evensite	\$ 360.000	\$ 30.000
Mo directa Asesor de venta	\$ 14.545.109	\$ 1.212.092
MO directa técnico sistema	\$ 14.545.109	\$ 1.212.092
MO Indirecta Gerente	\$ 21.439.907	\$ 1.786.659
MO Indirecta Secretaria	\$ 12.859.886	\$ 1.071.657
Canon	\$ 10.200.000	\$ 850.000
Servicio teléfono	\$ 360.000	\$ 30.000
Acueducto	\$ 420.000	\$ 35.000
Energía 47%	\$ 1.080.000	\$ 90.000
Honorarios contador	\$ 3.600.000	\$ 300.000
Servicios generales	\$ 3.600.000	\$ 300.000
Gastos financieros	\$ 5.367.820	\$ 447.318
Publicidad y operación	\$ 946.667	\$ 78.889
TOTAL COSTOS Y GASTOS FIJOS	\$ 97.572.931	\$ 8.131.078

5.2.2. Costos y gastos variables Corresponde a todos aquellos costos y gastos en que incurre EVENSITE LTDA., como resultado de su objeto social, dichos valores corresponden a la cantidad de servicios adquiridos por los establecimientos que son objetivo de la presente investigación.

Cuadro 57. Costos y gastos variables

CONCEPTO	VALOR AÑO	VALOR MENSUAL
Servicio energía eléctrica (53% costos de operación)	\$ 1.200.000	\$ 100.000
Kit implementos oficina (incluye papelería y tintas)	\$ 360.000	\$ 30.000
Kit artículos aseo	\$ 120.000	\$ 10.000
TOTAL	\$ 1.680.000	\$ 140.000

5.2.3. Costo y gasto total unitario Corresponde al total de los costos y gastos fijos y variables en que se incurrirían para el funcionamiento de la empresa en su primer año, se tendrá en cuenta 110 establecimiento de comercio x 12 meses para un total de 1320.

Cuadro 58. Costo unitario por servicio

CONCEPTO	COSTOS TOTALES	CAPACIDAD ESTABLECIMIENTO	MESES DEL AÑO	TOTAL CAPACIDAD	COSTO UNITARIO MENSUAL
COSTOS FIJOS TOTALES	\$ 97.572.931	110	12	1320	\$ 73.919
COSTOS VARIABLES TOTALES	\$ 1.680.000	110	12	1320	\$ 1.273
TOTALES	\$ 99.252.931				\$ 75.192

Cuadro 59. Participación de los costos

Concepto	Costos totales	% de participación de los costos
Total Costos Fijos	\$ 97.572.931	98,31%
Total Costos Variables	\$ 1.680.000	1,69%
TOTAL	\$ 99.252.931	100%

5.3. PRECIO DE VENTA

Para determinar el precio de venta del servicio publicitario, manteniendo un margen de utilidad del 8% sobre el costo total unitario de cada mensualidad, para lo cual se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{PV: COSTO} / (1 - \% \text{ DE LA UTILIDAD ESPERADA})$$

Precio de venta: \$ 75.192 / (1-8%)

Precio de venta: \$ 81.730 (Mensual)

5.4. PROYECCIONES FINANCIERAS

Corresponde a la estimación de los resultados financieros que EVENSITE LTDA, puede producir en el futuro, dichas proyecciones se realizan en precios constantes.

5.4.1. Ingresos. Para determinar los ingresos se tendrá en cuenta las cifras de la capacidad utilizada y proyectada y el precio de venta para el servicio de publicidad correspondiente al costo mensual, así mismo las proyecciones se harán a cinco años, tiempo de proyección inicial del proyecto.

Para poder determinar el incremento del precio de venta del servicio durante los 5 años de proyección, se tendrá en cuenta el porcentaje de incremento trimestral en cantidades PIB del sector, en pesos constantes y en pesos corrientes⁴²⁻⁴³, como se muestra en el cuadro 60 y 61.

⁴² Banco de la Republica – PIB Constante V trimestre 2014- Consulta realizada el 23 de mayo de 2015- Disponible en http://www.banrep.gov.co/es/contenidos/page/pib-precios-constant-ramas_2

⁴³ Banco de la Republica – PIB Corriente V trimestre 2014- Consulta realizada el 23 de mayo de 2015- Disponible en <http://www.banrep.org/es/contenidos/page/pib-precios-corrientes-ramas>

Cuadro 60. Promedio PIB Constante

PIB Constante	2014 por " Trimestre"				Promedio
Sector económico	I	II	III	IV	
Comercio	1,44	1,02	0,96	1,68	1,27%

Cuadro 61. Promedio PIB Corriente

PIB Corriente	2014 por " Trimestre"				Promedio
Sector económico	I	II	III	IV	
Comercio	0,82	1,18	1,54	4,07	1,90%

Cuadro 62. Presupuesto de ingresos proyectados a 5 años

Servicios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad utilizada	1320	1584	1901	2281	2737
Incremento en cantidad(%)- Base PIB sector(% constante)		1,27%	1,27%	1,27%	1,27%
Incremento en precios (%) - Base tasa de inflac.		1,90%	1,90%	1,90%	1,90%
Precio de venta Mensual	\$ 81.730	\$ 84.321	\$ 86.994	\$ 89.752	\$ 92.597
Ingresos anuales	\$ 107.883.621	\$ 133.564.238	\$ 165.357.869	\$ 204.719.657	\$ 253.451.124

5.4.2. Egresos. Corresponde a las erogaciones de dinero que se deben asumir para lograr atender al mercado objetivo en los cinco años de proyección. Como se puede observar en el cuadro 63.

Cuadro 63. Presupuesto de egresos proyectados a 5 años

Egresos	Valor Año 1	Valor Año 2	Valor Año 3	Valor Año 4	Valor Año 5
Costos	\$69.565.978	\$83.479.173	\$100.175.008	\$120.210.010	\$144.252.012
Gastos	\$22.625.800	\$22.625.800	\$22.625.800	\$22.625.800	\$22.625.800
(-) Depreciaciones	\$(3.055.967)	\$(3.055.967)	\$(3.055.967)	\$(444.000)	\$(444.000)
(-) Amortizaciones	\$(3.365.800)	\$(3.365.800)	\$(3.365.800)	\$ -	\$ -
Total	\$85.770.011	\$99.683.207	\$116.379.041	\$142.391.810	\$166.433.812

5.5. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS

Representan aquellos documentos que muestran la situación económica de la empresa, la capacidad de pago de la misma, a una fecha determinada pasada, presente o futura, o el resultado de operaciones obtenidas en un periodo o ejercicio pasado presente o futuro.

5.5.1 Estado de Resultados Proyectados a 5 años. A continuación se puede observar en el cuadro 64.

Cuadro 64. Estado de resultados proyectados a 5 años

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ingresos por ventas	\$ 107.883.621	\$133.564.238	\$ 165.357.869	\$ 204.719.657	\$ 253.451.124
Costos de prestación del servicio	\$69.565.978	\$83.479.173	\$100.175.008	\$120.210.010	\$144.252.012
Utilidad bruta	\$ 38.317.643	\$ 50.085.065	\$ 65.182.861	\$ 84.509.647	\$ 109.199.112
(-) Gastos de Administración y ventas	\$ 22.625.800	\$ 22.625.800	\$ 22.625.800	\$ 22.625.800	\$ 22.625.800
Utilidad operacional	\$ 15.691.843	\$ 27.459.265	\$ 42.557.061	\$ 61.883.847	\$ 86.573.312
(-) Gastos Financieros	\$ 2.278.499	\$ 1.878.415	\$ 1.426.517	\$ 916.097	\$ 339.574
Utilidad antes de impuesto	\$ 13.413.344	\$ 25.580.850	\$ 41.130.544	\$ 60.967.750	\$ 86.233.738
Impuestos Renta (25%)	\$ 0	\$ 0	\$ 2.570.659	\$ 7.620.969	\$16.168.826
Impuesto CREE (9%) ⁴⁴	\$ 1.207.201	\$ 2.302.277	\$3.701.749	\$5.487.098	\$ 7.761.036
Utilidad Neta	\$12.206.143	\$23.278.574	\$34.858.136	\$ 47.859.684	\$62.303.876
Reserva legal (10%)	\$122.061	\$232.786	\$348.581	\$478.597	\$623.039
Utilidad por distribuir	\$ 12.084.082	\$23.045.788	\$34.509.555	\$47.381.087	\$61.680.837

5.5.2 Flujo de Caja Proyectado. Representa el estado financiero en el cual se registra cronológicamente, el movimiento del efectivo de la compañía, dicho flujo se proyectará a 5 años, tiempo estimado para el proyecto

Cuadro 65. Flujo de caja directo proyectado a 5 años

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Entradas						
Efectivo		\$107.883.621	\$133.564.238	\$ 165.357.869	\$ 204.719.657	\$ 253.451.124
Ingresos por ventas	\$ -					
Aporte de socios	\$ 9.968.119					
Crédito	\$ 20.000.000	\$107.883.621	\$133.564.238	\$ 165.357.869	\$ 204.719.657	\$ 253.451.124
Total de entradas	\$29.968.119					
Salidas						
Maquinaria y Equipo	\$ 7.835.900					

⁴⁴ http://www.comunidadcontable.com/BancoConocimiento/N/noti11021301%28cual_es_la_base_gravable_del_impuesto_sobre_la_renta_para_la_equidad_cree%29/noti11021301%28cual_es_la_base_gravable_del_impuesto_sobre_la_renta_para_la_equidad_cree%29.asp
el impuesto se debe aplicar sobre las utilidades

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y enseres	\$ 4.440.000					
Total Inv. f	\$ 12.275.900					
Inversión diferida	\$10.097.400					
Costos Directos del servicio		\$69.565.978	\$ 83.479.173	\$ 100.175.008	\$ 120.210.010	\$ 144.252.012
Gastos de Administración		\$ 22.625.800	\$ 22.625.800	\$ 22.625.800	\$ 22.625.800	\$ 22.625.800
Gastos Financieros		\$ 2.278.499	\$ 1.878.415	\$ 1.426.517	\$ 916.097	\$ 339.574
Abono a capital		\$ 3.089.321	\$ 3.489.406	\$ 3.941.303	\$ 4.451.724	\$ 5.028.247
Impuestos Renta (25%)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 2.570.659	\$ 7.620.969
Impuesto CREE (9%)		\$ 0	\$ 1.207.201	\$ 2.302.277	\$ 3.701.749	\$ 5.487.098
Total salidas	\$ 22.373.300	\$97.559.598	\$112.679.995	\$ 130.470.905	\$ 154.476.038	\$ 185.353.698
Total ingresos - egresos	\$ 7.594.819	\$ 10.324.023	\$ 20.884.244	\$ 34.886.965	\$ 50.243.619	\$ 68.097.426
(+) Depreciación		\$3.055.967	\$3.055.967	\$3.055.967	\$444.000	\$444.000
(+)Amortización		\$ 3.365.800	\$ 3.365.800	\$ 3.365.800	\$ 0	\$ 0
Recuperación de capital .trabajo						\$ 7.594.819
Valor salvamento						\$ 2.220.000
Flujo neto	\$ 7.594.819	\$ 16.745.790	\$ 27.306.010	\$ 41.308.731	\$ 50.687.619	\$ 78.356.245
Saldo inicial		\$ 7.594.819	\$ 24.340.609	\$ 51.646.619	\$ 92.955.351	\$ 143.642.969
saldo final	\$ 7.594.819	\$ 24.340.609	\$ 51.646.619	\$ 92.955.351	\$ 143.642.969	\$ 221.999.214
Costos Directos del servicio		\$69.565.978	\$ 83.479.173	\$ 100.175.008	\$ 120.210.010	\$ 144.252.012

5.5.3 Balance General inicial y proyectado. El balance general es un estado financiero conformado por un documento que muestra detalladamente los activos, pasivo y el patrimonio de la compañía. El balance general permite conocer la situación financiera de la empresa, ya que permite evidenciar el eficiente uso de sus activos así como el buen manejo de sus activos.

Cuadro 66. Balance General proyectado a 5 años

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS					
Activo corriente					
Caja y Bancos	\$ 24.340.609	\$ 51.646.619	\$ 92.955.351	\$ 143.642.969	\$ 221.999.214
Total Activo corriente	\$ 24.340.609	\$ 51.646.619	\$ 92.955.351	\$ 143.642.969	\$ 221.999.214
Activo Fijo					
Maquinaria y Equipo	\$ 7.835.900	\$ 7.835.900	\$ 7.835.900	\$ 7.835.900	\$ 7.835.900
Muebles y Enseres	\$ 4.440.000	\$ 4.440.000	\$ 4.440.000	\$ 4.440.000	\$ 4.440.000
Menos depreciación acumulada	(\$ 3.055.967)	(\$ 6.111.933)	(\$ 9.167.900)	(\$ 9.611.900)	(\$ 10.055.900)
Total Activo fijo	\$ 9.219.933	\$ 6.163.967	\$ 3.108.000	\$ 2.664.000	\$ 2.220.000

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Diferidos	\$ 10.097.400	\$ 10.097.400	\$ 10.097.400	\$ 0	\$ 0
Menos Amortización diferida Acumulada	(\$ 3.365.800)	(\$ 6.731.600)	(\$ 10.097.400)	\$ 0	\$ 0
Total Activos diferidos	\$ 6.731.600	\$ 3.365.800	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL ACTIVOS	\$ 40.292.142	\$ 61.176.386	\$ 96.063.351	\$ 146.306.969	\$ 224.219.214
PASIVO					
Pasivo Corriente					
Impuestos Renta (25%)	\$ 0	\$ 0	\$ 2.570.659	\$ 7.620.969	\$ 16.168.826
Impuesto CREE (9%)	\$ 1.207.201	\$ 2.302.277	\$ 3.701.749	\$ 5.487.098	\$ 7.761.036
Total pasivo corriente	\$ 1.207.201	\$ 2.302.277	\$ 6.272.408	\$ 13.108.066	\$ 23.929.862
Pasivo No corriente					
Obligaciones financieras	\$ 16.910.679	\$ 13.421.273	\$ 9.479.970	\$ 5.028.247	\$ 0
Total pasivo No corriente	\$ 16.910.679	\$ 13.421.273	\$ 9.479.970	\$ 5.028.247	\$ 0
TOTAL PASIVOS	\$ 18.117.880	\$ 15.723.550	\$ 15.752.378	\$ 18.136.313	\$ 23.929.862
PATRIMONIO					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Aporte de socios	\$ 9.968.119	\$ 9.968.119	\$ 9.968.119	\$ 9.968.119	\$ 9.968.119
Reserva legal acumulada	\$ 122.061	\$ 556.974	\$ 1.125.694	\$ 1.748.448	\$ 2.348.531
utilidades de ejercicio anterior	0	\$ 12.084.082	\$ 35.129.870	\$ 69.639.425	\$ 117.020.512
utilidades del ejercicio	\$ 12.084.082	\$ 23.045.788	\$ 34.509.555	\$ 47.381.087	\$ 61.680.837
PATRIMONIO	\$ 22.174.263	\$ 45.654.964	\$ 80.733.238	\$ 128.737.080	\$ 191.018.000
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 40.292.142	\$ 61.378.513	\$ 96.485.616	\$ 146.873.393	\$ 241.410.240

6. EVALUACION DEL PROYECTO

Todo proyecto que se genere tiene su impacto social, ambiental y financiero dentro del entorno en que se encuentre, es por ello necesario establecer la investigación necesaria para establecer planes de contingencia que conlleven a buen rumbo este tipo de proyectos.

6.1. EVALUACION SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

IMPACTO SOCIAL

El impacto social de un proyecto pretende identificar los diferentes aportes que puede hacer el proyecto a la sociedad, tanto los consumidores del servicio, como los trabajadores y la población habitante del sector

- **Generación De Empleo:** La creación de la empresa Evensite Ltda. , contribuye de manera directa al desarrollo económico y social en Bucaramanga, El proyecto generará 4 empleos directos y 2 indirectos que corresponden a una empresa de tamaño micro, pero con un monto de activos significativo. El gobierno Nacional actualmente incentiva por medio del Ministerio de las TICs la generación de nuevas empresas basadas en las nuevas tecnologías; este proyecto de inversión privada, responde a estas expectativas generando aportes económicos y desarrollo tecnológico a la ciudad de Bucaramanga.

El aporte de la empresa Evensite Ltda., es interesante porque entra al mercado oferente de servicios publicitarios en la ciudad de Bucaramanga innovando y dando otro enfoque comercial a los establecimientos comerciales, inicialmente discotecas, bares y restaurantes de la ciudad, generando impacto social en las personas (usuarios) que utilicen la aplicación móvil Evensite, logrando que sea la primera opción cuando intenten buscar información de entretenimiento local.

- **Generación de rentas.** Para la Alcaldía del municipio de Bucaramanga, es muy importante por cuanto generará recursos vía impuesto predial e industria y comercio y con ellos apoyará algunos de los programas que dicho órgano municipal tiene para mejorar el nivel de vida de sus habitantes
- **Mejoramiento De Calidad De Vida:** La empresa comercializadora Evensite Ltda., se constituye en una fuente de empleo y fortalecimiento, mejorando considerablemente la calidad de vida de las personas que laboran en dicho sector.

6.2 EVALUACION AMBIENTAL


IMPACTO AMBIENTAL

Desde el punto de vista ambiental, el proyecto no va a generar ningún inconveniente interno o externo, y lo más probable y seguro es que el daño ecológico será controlado de acuerdo a la normatividad del ministerio del medio ambiente.

El impacto ambiental en la prestación del servicio publicitario es poco significativo debido a factores tales como: la no utilización de combustibles fósiles, bajo consumo de energía eléctrica, poca demanda de agua, muy bajo nivel de emisiones atmosféricas y vertimientos y facilidad de reciclar los residuos comunes de papel de la oficina. Por estos motivos el impacto ambiental se podrá considerar como muy mínimo; este se presentara en la generación de desechos de tipo de papelería, generados por la actividad en la oficina. La actividad no es fuente generadora de olores, gases y temperaturas; el ruido que se pueda generar de la actividad será de un valor permisible dentro de la comunidad.

6.2.1 Matriz de evaluación de impactos

Cuadro 67. Matriz de impactos

		MATRIZ DE ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTALES								
ASPECTO AMBIENTAL	DESCRIPCIÓN	IMPACTO AMBIENTAL	RESPONSABLE	CRITERIO					Acción	
				30%	10%	30%	10%	20%		Total
				Magnitud	Control	Requisito Legal	Frecuencia	Comunidad		
Consumo de insumos	Utilización de hojas, esferos, marcadores.	Agotamiento de los recursos naturales	Todo el personal	1	1	1	5	1	1,4	Procedimiento de manejo de residuos sólidos, canecas para la selección de los residuos. Ruta de recorrido para la disposición final de los residuos
Consumo de recursos	Uso de equipos de cómputo, impresoras e iluminación de los puestos de trabajo	Agotamiento de los recursos naturales	Todo el personal	1	1	1	5	1	1,4	Campaña de ahorro de Energía



MATRIZ DE ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTALES

ASPECTO AMBIENTAL	DESCRIPCIÓN	IMPACTO AMBIENTAL	RESPONSABLE	CRITERIO					Total	ACCIÓN
				30%	10%	30%	10%	20%		
				Magnitud	Control	Requisito Legal	Frecuencia	Comunidad		
Generación de residuos peligrosos	Cambio de tonners y cartuchos de impresoras para la impresión de documentos.	Alteración de las características, físicas químicas y biológicas de los recursos naturales	Todo el personal	1	1	1	5	1	1,4	Programa para disposición final de residuos..
Generación de residuos ordinarios y comunes	Desechos plásticos	Alteración de las características, físicas químicas y biológicas de los recursos naturales	Todo el personal	1	1	1	3	1	1,2	Programa para disposición final de residuos
Consumo de agua	lavado de manos, descarga de sanitarios, hidratación	Agotamiento de los recursos naturales	Todo el personal	1	1	1	3	1	1,2	Campaña de ahorro de agua



MATRIZ DE ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTALES

ASPECTO AMBIENTAL	DESCRIPCIÓN	IMPACTO AMBIENTAL	RESPONSABLE	CRITERIO						ACCIÓN
				30%	10%	30%	10%	20%	Total	
				Magnitud	Control	Requisito Legal	Frecuencia	Comunidad		
Generación de residuos peligrosos	Celulares Obsoletos, baterías celulares	Contaminación del aire Alteración de las características, físicas químicas y biológicas de los recursos naturales	Todo el personal	5	1	1	3	1	2,4	Procedimiento para disposición final de residuos Inclusión dentro del programa de ANDI
Generación de residuos peligrosos	Balastos, bombillas	Contaminación del aire Alteración de las características, físicas químicas y biológicas de los recursos naturales	Todo el personal	5	1	1	3	1	2,4	Procedimiento para disposición final de residuos Inclusión dentro del programa de ANDI

CRITERIOS DE VALORACIÓN

A continuación se relacionan los criterios de valoración a tener en cuenta en la ponderación del impacto ambiental de cada uno de los aspectos ambientales de la comercializadora ENVENSITE Ltda.

- a. **Magnitud:** se entiende como la gravedad del daño que se puede causar al medio ambiente, se califica así: Ponderación del 30%
Alta = 5
Media= 3
Baja = 1
- b. **Control:** se refiere a la incidencia o posibilidad de intervenir el aspecto o impacto, se califica así: Ponderación del 10%
Bajo = 5
Medio= 3
Alto= 1
- c. **Requisito legal:** se refiere a la legislación ambiental que le aplica a aspecto, se califica así: Ponderación del 30%
Existe y no se cumple = 5
Existe y se cumple = 2
No existe = 1
- d. **Frecuencia:** se refiere a la periodicidad con que ocurre o se genera el aspecto, se califica así: Ponderación del 10%
Alta = 5
Media= 3
Baja = 1
- e. **Comunidad:** trata sobre la probabilidad que tiene el impacto de afectar a las partes interesadas, se califica así: Ponderación del 20%
Muy Bajo = 1
Bajo = 2
Moderado = 3
Alto = 4
Muy Alto = 5

6.2.2 Plan de mitigación dentro de un desarrollo sostenible. El presente plan de manejo ambiental se planea con el fin de prevenir, mitigar o compensar, los impactos ambientales negativos del servicio o actividad en actual desarrollo desde la empresa y también de incentivar a los usuarios de celulares y tabletas a dar un buen manejo a los equipos en desuso, en Evensite Ltda., queremos contribuir al desarrollo de nuestra ciudad para lograr que cada día sea más sustentable, armónica y agradable para sus habitantes. Como empresa, estamos comprometidos con aportar a que las comunidades estén mejor conectadas y también con el cuidado del medio ambiente. Por lo tanto, incluye las propuestas de

acción y los programas para preservar el entorno en las mejores condiciones posibles.

6.2.2.1. Objetivos

- Identificar los impactos que puedan derivarse de las diferentes actividades que realiza la organización y así mismo establecer las medidas necesarias para su prevención, mitigación, corrección y/o compensación.
- Implementar en la organización políticas acordes con la legislación ambiental nacional.
- Fomentar el cuidado del medio ambiente y el manejo sostenible de los recursos naturales.
- Identificar los riesgos ambientales presentes en las diferentes actividades de la organización, con el fin de realizar un manejo adecuado de los impactos negativos en cada uno de sus procesos.
- Realizar inspección, control y seguimiento constante de todas y cada una de las instalaciones y actividades en las cuales se generan impactos ambientales de la organización.
- Evaluar los efectos del consumo de energía y las emisiones de gases con efecto invernadero de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en las organizaciones.
- Evaluar el comportamiento ambiental de los usuarios de nuestros clientes de teléfonos móviles que tome en cuenta el ciclo de vida del aparato; la asistencia prestada por expertos independientes en el desarrollo del plan ecológico; una especial atención en la esfera corporativa y en la cadena de suministro para reducir el impacto negativo en la sostenibilidad ambiental asociado al sector de las TIC.

6.2.2.2. Política Ambiental

Figura 18. Política Ambiental

EVENSITE LTDA. , es consciente de su responsabilidad con el medio ambiente durante el desarrollo de sus actividades y define su política ambiental basada en la prevención de la contaminación y el compromiso de mejoramiento continuo, el compromiso social, el cuidado y conservación del medio ambiente, establece como norma el cuidado efectivo del ambiente mediante el uso racional y eficiente de los recursos naturales a través del cuidado de los recursos existentes, con el propósito de alcanzar el desarrollo sostenible de la ciudad, cumpliendo con la normatividad ambiental vigente.

Descripción de las Obras o Actividades Este programa aplica para la gestión de los aspectos ambientales generados por un servicio publicitario a través de una aplicación móvil, servicio que se deriva en el usuario que utiliza celulares y tabletas para descargar la aplicación y obtener la información, también aplica para la prevención de la contaminación: puede incluir reducción o eliminación en la fuente, cambios en el proceso, producto o servicio, uso eficiente de recursos, sustitución de materiales o energía, reutilización, recuperación, reciclaje, aprovechamiento y tratamiento.

Identificación y Evaluación de Impactos Ambientales. EVENSITE LTDA. , establece los aspectos más relevantes de cada una de sus etapas y procesos, determinando de esta forma los impactos que se generan durante la ejecución del servicio.

Con base en la información existente, se procede a identificar los aspectos e impactos ambientales más significativos durante el desarrollo de las actividades; cada impacto se evalúa mediante la aplicación de la matriz de identificación y evaluación de impactos ambientales, para determinar cuáles son los más significativos y de ésta forma orientar los objetivos, metas y programas a implementar.

Los principales aspectos ambientales identificados y para los cuales se establece este documento están relacionados al manejo de las nuevas tecnologías, uso de recursos y manejo de contingencias.

Responsabilidad y Autoridad Todo el personal de la organización tiene la responsabilidad de participar activamente en las actividades específicas diseñadas para el desarrollo del Plan.

6.2.2.6. Estrategia El desarrollo del plan se hace a través de los programas y sub-programas que conforman el documento. Su desarrollo parte de los siguientes lineamientos a tener en cuenta:

- Identificar, evaluar y proponer las medidas de manejo ambiental de los impactos significativos de la Organización.
- Aplicar las medidas de prevención, control, mitigación y/o compensación en las actividades de la organización con el fin de alterar lo menos posible el entorno.
- Promover la participación de todo el personal, para la aplicación de los parámetros adecuados de cada uno de las actividades que generan impactos significativos así como el seguimiento de los mismos.
- Brindar una adecuada capacitación general y específica a todo el personal involucrado en las actividades que generan impactos significativos, en las que

se divulguen las medidas de manejo ambiental y la metodología utilizada para su cumplimiento.

- Apoyar y supervisar la prestación del servicio para la toma de decisiones y mejora continua.
- Programar y realizar continuamente inspecciones con el personal, que permitan evaluar procedimientos, identificar anomalías y proponer correctivos.
- Exigir a todo el personal responsabilidad e integridad laboral en lo relacionado con el medio ambiente.

6.2.3. Programa de manejo ambiental de residuos

Objetivo: Realizar un manejo y una disposición final adecuada de los residuos electrónicos generados por las descargas de la información publicitaria de las actividades desarrolladas por EVENSITE LTDA.

Alcance: Aplica a todos aquellos procesos de la organización en los que se generan residuos.

Metas e indicadores

- **Metas:** Realizar en un 100%, el manejo y la disposición final adecuados de cada uno de los residuos generados.
- **Indicadores:**

Cuadro 68. Indicadores Programa de Manejo Ambiental

Descripción	Índice	Indicador de éxito
Porcentaje de cumplimiento en el manejo, aprovechamiento y disposición adecuada de residuos electrónicos	$\frac{\text{Personal capacitado en manejo de residuos}}{\text{Personal contratado}}$	1
	$\frac{\text{Residuos Especiales entregados}}{\text{Residuos Especiales generados}}$	1

Responsabilidad y Autoridad

Cuadro 69. Responsabilidad y Autoridad Ambiental

Ítem	Responsable
Capacitación en manejo de residuos	Gerente General
Separación de residuos en la fuente	Todo el personal
Entrega de residuos peligrosos a empresas	Gerente General

Recursos: Bolsas.

Metodología: Identificar los residuos generados por la comercializadora y los residuos generados por los usuarios que descargan la aplicación móvil en su celular, para determinar cuál de ellos es orgánico, reciclable, común, o peligroso; y así definir su manejo o disposición final adecuada, cumpliendo con las normas ambientales establecidas para el manejo de cada uno de éstos.

Manejo de residuos de la comercializadora:

- **Reciclar:** No reciclar el papel aumenta la cantidad de papel nuevo que se produce. Este papel nuevo requiere talar los árboles y contribuye a la deforestación, esto contribuye a la desestabilización de las márgenes de los ríos e incrementa el uso de la tierra agrícola, lo que hace que los herbicidas y pesticidas químicos corran en el sistema de agua.

Los árboles que son extraídos del medio también desplazan a los animales nativos. Los árboles son comúnmente recolectados en zonas remotas de personas y de los animales deja campo abierto para el desarrollo y desalienta la protección después de que América Central y del Sur, donde viven pueblos indígenas. El desplazamiento de las el daño es visible.

De acuerdo con la GTC 24 no existe un acuerdo internacional respecto al código de colores, sin embargo se tendrá en cuenta la tabla 1 de dicha norma, con el fin de facilitar la identificación de los materiales residuales:

Cuadro 70. Identificación separación de residuos por color

RESIDUOS NO PELIGROSOS	
 <p>A blue recycling bin with a white recycling symbol on the lid and the word 'Plásticos' written on the side.</p>	<p>PLASTICOS</p> <p>Es todo aquel material plástico limpio y seco que puede ser aprovechado tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Envases de gaseosa, jugos, empaques de leche • Recipientes de jabón, blanqueador, • Vasos y platos desechables limpios. • Bolsas plásticas
RESIDUOS NO PELIGROSOS	
 <p>A grey recycling bin with a white recycling symbol on the front and the word 'Orgánicas' written on the side.</p>	<p>PAPEL Y CARTON</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cajas de embalaje • Papel periódico • Tubos de cartón papel higiénico • Revistas • Cuadernos
RESIDUOS NO RECICLABLES	
 <p>A green recycling bin with a white recycling symbol on the lid and the word 'Ordinarios' written on the side.</p>	<p>ORDINARIOS</p> <p>Los residuos ordinarios son todos aquellos que por sus características no se pueden reciclar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empaques de productos comestibles (papas-galletas) dulces, carnes, quesos, tortas, salsas, café. • Objetos de icopor. • Papel carbón.
RESIDUOS PELIGROS	
 <p>A red recycling bin with a biohazard symbol and the text 'RIESGO BIOLÓGICO' on the front. A small label on the lid says 'Vergypias'.</p>	<p>Los residuos peligrosos son todos aquellos que por sus características no se pueden reciclar y es necesario realizar un tratamiento especial.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Material contaminado con químicos o residuos electrónicos. • Pilas (Programa ANDI pos consumo) • Fluorescentes (Programa ANDI pos consumo) • Aparatos eléctricos y electrónicos

En tanto, el proceso de reciclaje y la posterior disposición final de los equipos como celulares o tabletas, una vez que alguien decida desprenderse de su celular en de su uso, un operador logístico retirará todos los equipos depositados y se los entregará a la empresa de reciclaje, la que clasificará los equipos y accesorios (celulares, auriculares, manos libres, cargadores, baterías de litio, entre otros) y luego los desarmará, triturará y recuperará las materias primas (cobre, fierro, litio y plásticos) que se puedan reciclar.

- **Reutilizar:** Para evitar la destrucción de la naturaleza, las personas deben aprovechar los recursos de forma racional, teniendo siempre presente que las generaciones futuras tienen derecho a disfrutar del medio ambiente y sus bienes.

Cada uno de los componentes de los celulares y tabletas en desuso será enviado a otras empresas para ser utilizados en diversas faenas productivas de artefactos de la vida cotidiana. El cobre, el aluminio, las baterías de litio y las placas electrónicas serán trasladados a otros países, para la fundición de MIDAS y a una fundición de cobre en Japón, mientras los plásticos irán a plantas de reciclaje en Corea y Bélgica.

- **Reducción:** De los efectos ambientales de los dispositivos, redes y servicios TIC; reducir los efectos del consumo de energía y las emisiones de gases con efecto invernadero de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en las organizaciones.

También reutilizar el Cargador y adaptador de potencia universal para terminales móviles y demás dispositivos TIC portátiles; y empacamiento de materiales.

Manejo de residuos de los usuarios que descargan la aplicación En el mercado Colombiano existen varias marcas de baterías de celular, provenientes de diferentes latitudes con distintas formas químicas de almacenamiento de energía. Estas son tres en particular: Níquel – Cadmio, Níquel – Metal hidruro y Ion-litio. Las baterías de celular al ser desechadas se convierten en residuos y dado que su sistema de funcionamiento (almacenaje y entrega de energía eléctrica y química) funciona en base a las reacciones químicas que ocurren con sus componentes internos, los cuales son sustancias de interés sanitario debido a su carácter tóxico generarán problemas al ser expuestas al medio ambiente sin tratamiento previo alguno. La disposición de baterías de celular son los vertederos de residuos comunes existentes en el todo el país "botaderos", generando graves problemas debido a que sus componentes son fácilmente lixiviados, sobre todo en las condiciones de humedad, pH, y temperatura que presentan tales vertederos.

Estos lixiviados están compuestos esencialmente de metales pesados, y pueden alcanzar las aguas subterráneas, alterando su calidad y convirtiéndose en foco de contaminación para el ser humano, animales y cultivos que entren en contacto con esos residuos.

Una vez identificados los residuos y los lugares de acopio temporal, se procede a capacitar a todo el personal en el manejo de residuos reciclables y residuos tecnológicos.; para que hagan uso adecuado de los contenedores de separación de residuos en la fuente y de la bodega de acopio temporal de residuos tecnológicos. Una vez recogido, el material es recogido en los puntos de recolección y llevado a la planta de procesamiento, donde se pesa para determinar la cantidad de residuos que ingresan a la bodega. Los equipos son clasificados según modelo y estado. Luego, se separan cargadores, accesorios, tapas y cables. Para evitar riesgos por contacto y roce entre las baterías, cada una es protegida con un empaque plástico. Luego, son depositadas en bidones que se sellan con estrictas normas de seguridad, para evitar el contacto con otros materiales. Cada bidón tiene una capacidad de 80 k.

Los aparatos se separan según el tipo de tecnología: TDMA, CDMA o GSM. Cuando el aparato aún conserva alguna información, se borran los datos de la memoria del equipo. Cada dos meses, los aparatos se clasifican y se empaquetan para enviarse a una planta de refinación en Chicago, Estados Unidos. El transporte internacional de residuos potencialmente peligrosos se hace bajo la normatividad del Convenio de Basilea. El material se envía a EE.UU. porque la recuperación de los metales preciosos que tienen los celulares en pequeñísimas cantidades (como oro, plata, etc.) requiere una tecnología que no hay en Colombia. En la planta de EE.UU., los equipos, clasificados previamente por tipo de tecnología, se funden en hornos que alcanzan los 1.200 °C de temperatura. De allí, el material derretido se somete a procesos químicos a través de los cuales los metales se recuperan. De este proceso se obtienen lingotes que luego se envían a otras industrias como materia prima en la fabricación de joyería, cerámica, nuevas baterías o componentes de celulares, entre otros usos.

Cuadro 71. Cronograma

Actividad	Frecuencia
Capacitación en manejo de residuos electrónicos	En inducción o cuando se considere necesario
Separación en la fuente	Diariamente
Segregación y acopio de residuos	Diariamente

6.2.4. Programa de uso eficiente y manejo de recursos

Objetivo: Prevenir, controlar y mitigar el impacto ambiental asociado con el consumo de recursos, con el fin de disminuir el deterioro ambiental que generan los residuos de los celulares obsoletos.

Alcance: Aplica a todos los procesos de la organización. La implementación adecuada y eficaz de este programa permitirá lograr estándares de gestión ambiental excelentes, a través del uso racional de los recursos.

Metas e indicadores

- Sensibilizar al personal sobre el uso racional de los recursos.

Cuadro 72. Indicador de sensibilización recursos

Descripción	Índice	Indicador de éxito
Porcentaje de cumplimiento	$\frac{\text{Personas capacitadas}}{\text{Personas contratadas}}$	100%

Cuadro 73. Responsabilidad y Autoridad de indicadores

Ítem	Responsable
Capacitación al personal en manejo y procedimientos ambientales – uso de recursos	Gerente General
Supervisión periódica	Gerente General

Recursos

- Material didáctico
- Campañas de ahorro
- Formatos de asistencia

Manejo de Residuos Electrónicos: Sensibilización al personal de la organización y a los usuarios en general, acerca de su responsabilidad en el manejo de los celulares obsoletos.

Usuario: Entrega de los Teléfonos Celulares, después de su uso en contenedores colectores instalados en puntos de determinados, u otros medios de acopio.

Comercializadores: Los Comercializadores deberán establecer los medios que consideren idóneos para el acopio adecuado de los Teléfonos Celulares. Dichos medios podrán comprender la instalación de contenedores en los establecimientos definidos en el PMR o cualquier otro canal de acopio que resulte adecuado. Implementar campañas de sensibilización para el personal de la organización y para los usuarios que descargan las aplicaciones móviles en sus celulares o tabletas.

Cuadro 74. Cronograma campañas de sensibilización

ACTIVIDAD	FRECUENCIA
Realización de campañas de sensibilización a usuarios	Cada seis meses y al inicio de cada evento
Sensibilización al personal	Semestral o de acuerdo al ingreso de personal nuevo

6.2.5. Programa de seguimiento

Objetivo: Garantizar el cumplimiento del 100 % de los programa establecidos.

Alcance: Aplica a todos los procesos de la organización. La implementación adecuada y eficaz de este programa permitirá controlar el avance de todas las actividades, el cumplimiento de metas, y por ende implementar acciones de mejora que fortalezcan la gestión ambiental.

Definiciones

Inspección: Se refiere a la verificación de las condiciones actuales de manejo y estado de las adecuaciones o recursos así como la aplicabilidad de procedimientos/instructivos específicos.

Lista de chequeo: Hace referencia a la verificación de actividades de cumplimiento concretas o que se requiere verificar antes de realizar alguna actividad

Metas e indicadores

- Cero impacto negativo ambiental
- Seguimiento al 100% de los programas del Plan

Cuadro 75. Metas e indicadores programa de seguimiento

DESCRIPCIÓN	ÍNDICE	INDICADOR DE ÉXITO
Desempeño en el seguimiento	$\frac{\text{Tareas cumplidas}}{\text{Tareas programadas}}$	1

Cuadro 76. Responsabilidad y autoridad programa de seguimiento

ACTIVIDAD	RESPONSABLE
Realización de inspecciones	Gerente General
Seguimiento a metas e indicadores del Plan	Gerente General

Recursos

- Listas de chequeo de inspección

Metodología

Inspecciones Se hace una programación, en la que establece por lo menos una inspección cada dos meses a la organización. La inspección debe quedar registrada, y una vez realizada, la persona encargada debe establecer las acciones correctivas correspondientes. Las inspecciones, así como el plan de acción de mejora, se realizan con el fin de evaluar los aciertos y desaciertos en la implementación de procedimientos y de esta forma programar acciones correctivas (actividades de capacitación, reinducción, replanteo de procedimientos, etc.)

Seguimiento a metas e indicadores El seguimiento a las metas e indicadores de cada uno de los programas del SGA se hará trimestralmente, así mismo de acuerdo a las metas no cumplidas se establecerá el Plan de Acción, el cual debe implementarse a la mayor brevedad posible. Los resultados de la evaluación de metas e indicadores, como el Plan de acción se entregarán a la gerencia.

6.3 EVALUACION FINANCIERA

6.3.1 Valor presente neto. Consiste en traer todos los ingresos y egresos futuros al precio de hoy. Si el VPN (Valor Presente Neto) es mayor a cero, el proyecto es rentable, es decir genera ganancias.

Cuadro 77. Variables financieras

DESCRIPCIÓN	VALOR
TES 7 de abril de 2015	6,838%
TASA DE RIESGO	10,00%
TO	17,52%
RECURSOS PROPIOS	33,26%
RECURSO CRÉDITO	66,74%
TASA DE INTERES NOMINAL	12,20%
% IMPUESTO DE RENTA y cree	34,00%
TMAR	11,20%
TASA DE INFLACIÓN 7 de abril de 2015	4,56%
TMAR DEFLACTADA	6,35%
VALOR PRESENTE NETO	141.468.436

Con lo expuesto se observa que el VPN del proyecto es de **\$ 141.468.436**, al ser este valor positivo indica que el proyecto es rentable y genera una utilidad marginal sobre la inversión.

6.3.2 Tasa interna Retorno TIR. La tasa interna de retorno – TIR es la tasa que iguala el valor presente a cero. La TIR también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia de la empresa que se expresa en porcentaje.

Aplicación de la fórmula para obtener la TIR

$$\text{VPN: } \sum (X) (1 + r)^{-t}$$

VPN: 0

X: Flujo neto de caja por cada año

t: Periodo de 0 hasta 5 años

r: TIR

De acuerdo con el flujo de caja neto, se desarrolla la formula, la TIR para EVENSITE LTDA. , es de **88,69%**.

Por lo anterior se puede afirmar que si la TIR es mayor a la tasa de oportunidad, significa que el retorno del proyecto es suficiente para compensar el costo de oportunidad del dinero y además produce un rendimiento adicional, que resulta llamativo para el inversionista, es decir que por cada \$100 pesos que se invierten en el proyecto se genera una rentabilidad de \$88 pesos con 69 centavos.

6.3.3 Periodo de recuperación. PAY BACK, mide el número de años que se tarda en recuperar el monto invertido, se trata de calcular en que momento los ingresos recibidos cubren los gastos realizados, su unidad de medida es el tiempo y se calcula de acuerdo con los datos del flujo de caja, como se muestra a continuación en el cuadro 76. Periodo de recuperación.

Cuadro 78. Periodo de recuperación

AÑO	FLUJO NETO DE CAJA	VNA
0	- 29.968.119	- 29.968.119
1	16.745.790	16.745.790
2	27.306.010	27.306.010
3	41.308.731	41.308.731
4	50.687.619	50.687.619
5	78.356.245	78.356.245
TOTAL		184.436.276

De acuerdo con los resultados de la operación anterior, para el año 2 se han recuperado \$27.306.010 Veintisiete millones trescientos seis mil diez pesos, por lo cual se calcula realizando regla de tres el cálculo de los días para realizar la recuperación total, es decir 2 años 1 meses y 5 días.

6.3.4. Análisis de las Razones Financieras. Las razones financieras son indicadores utilizados por la empresa principalmente, para medir y cuantificar la realidad económica y financiera de la organización, así mismo mide la capacidad que tiene la misma para asumir las obligaciones necesarias para su

funcionamiento. Para el presente proyecto se analizaran razones financieras de liquidez, endeudamiento y rentabilidad.

1. Indicadores de Liquidez Estos indicadores surgen de la necesidad de medir la capacidad que tiene la empresa para cancelar sus obligaciones de corto plazo, sirve para establecer la facilidad o dificultad que presenta la compañía para pagar sus pasivos corrientes.⁴⁵

Razón Corriente: Activo corriente/ Pasivo corriente

Razón Corriente: \$ 24.340.609 / \$ 1.207.201

Razón Corriente: \$ 20,16

Análisis: Esta razón indica que para el primer año, por cada peso que debe en el corto plazo, la empresa tiene \$20,16 para respaldar la deuda de sus activos corrientes

Capital de trabajo (CNT): Activo corriente-pasivo corriente

Capital de trabajo (CNT): \$24.340.609 - \$ 1.207.201

Capital de trabajo (CNT): \$ 23.133.408

Análisis: El capital de trabajo es el excedente de los activos de corto plazo sobre los pasivos de corto plazo, es una medida de la capacidad que tiene EVENSITE LTDA. , Para operar durante su primer año. Es importante aclarar que el capital de trabajo no se considera como una medida de liquidez sino de control interno.

2. Indicadores de Endeudamiento Los indicadores de endeudamiento tiene por objeto medir en qué grado y de qué forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa. De la misma manera se trata de establecer el riesgo que corren tales acreedores y el riesgo de los dueños y la conveniencia o inconveniencia de un determinado nivel de endeudamiento para la empresa.

Nivel de endeudamiento: (pasivo total / Activo total)*100

Nivel de endeudamiento: (\$ 18.117.880 / \$ 40.292.142)*100

Nivel de endeudamiento: 44,97%

⁴⁵ORTIZ ANAYA, Héctor Análisis financiero aplicado 14.^a ed. Colombia Universidad Externado de Colombia 559p. ib 178

Análisis: Sirve para determinar el riesgo asumido por los acreedores de una empresa, por los propietarios de la organización y la conveniencia o no del nivel de endeudamiento presentado, para este caso por cada 100 pesos que tiene invertido en los activos 44.97 centavos, han sido financiado por los acreedores (bancos, proveedores, empleados etc.), en otras palabras los acreedores son dueños del 44.97%. Por lo tanto los accionistas son los dueños del complemento es decir el 55.03%.

Para la empresa EVENSITE LTDA. Es bueno el nivel de endeudamiento ya que el endeudamiento ideal está por debajo del 70%.

Endeudamiento financiero: Obligaciones financieras / ventas netas
Endeudamiento financiero: \$16.910.679/ \$ 107.883.621
Endeudamiento financiero: 15.67%

Análisis: El indicador arroja que las obligaciones con entidades financieras equivalen al 15.67% de las ventas en el año 1, sirve para establecer cuál es el máximo porcentaje en el que la empresa pueda incurrir para que los gastos financieros que se produzcan sean cubiertos con la utilidad de la operación.

3. Indicadores de rentabilidad son también dominados de rendimiento o lucratividad, sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y los gastos, y de esta manera convertir las ventas en utilidad.

Margen Bruto (de utilidad): Utilidad bruta/ ventas netas * 100 = %
Margen Bruto (de utilidad): \$ 38.317.643 / \$107.883.621*100
Margen Bruto (de utilidad): 35,52 %

Análisis: Dicho indicador significa que las ventas de la empresa generaran un 35,52% de utilidad bruta para el año 1, en otras palabras por cada 100 pesos vendidos se generara 35,52 centavos de utilidad, no sobra recordar que la utilidad bruta está dada por: Ventas netas – costo de ventas= Utilidad Bruta

Margen Operacional (de utilidad): Utilidad Operacional/ ventas netas * 100 = %
Margen Operacional (de utilidad): \$15.691.843 /\$107.883.621 *100
Margen Operacional (de utilidad): 14,55%

Análisis El resultado indica que la utilidad operacional corresponde a un 14.55% de las ventas netas para el año 1, en este caso por cada 100 pesos vendidos, se reportaron 14.55 centavos de utilidad operacional.

Margen Neto (de utilidad): Utilidad neta / ventas netas* 100 = %
Margen Neto (de utilidad) \$ 12.206.143 /\$107.883.621 *100
Margen Neto (de utilidad) 11.31%

Análisis El resultado indica que la utilidad neta corresponde a un 11.31% de las ventas netas para el año 1, en este caso por cada 100 pesos vendidos, se reportaron 11.31 centavos de utilidad neta, es importante indicar que el margen neto está influido por: El costo de venta, los gastos operacionales, otros ingresos y egresos no operacionales y la provisión para impuesto de renta para este caso del 25%. De acuerdo con lo anterior, todo lo que afecta el margen bruto y el margen operacional afecta por igual al margen neto.

6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

Representa el nivel de actividad donde los ingresos operacionales de una empresa, igualan los costos y gastos operacionales de la misma. Es denominado también punto muerto donde se determina el nivel de ventas necesario para cubrir los costos y gastos, para el caso de EVENSITE LTDA., permite determinar los servicios publicitarios necesarios siendo su utilidad cero.

$$Q: CFT / (PVu - Cvu)$$

Q: Número de unidades para alcanzar el PE.

PVU: Precio de venta unitario

CVU: Costo variable unitario

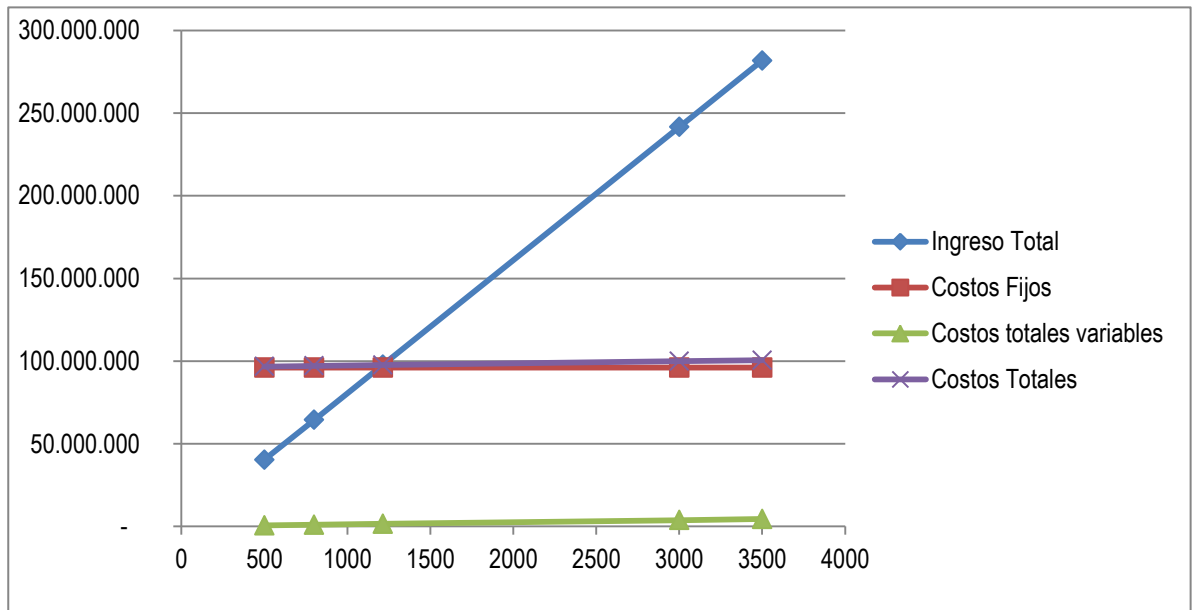
CFT: Costos fijos totales

Cuadro 79. Cálculo punto de equilibrio en unidades

Concepto	Punto de equilibrio
Costos fijos	\$ 97.572.931
Costo variable unitario	\$ 1.273
Punto de equilibrio en unidades	1.213

Por lo anterior esto permite a la compañía conocer que es necesario vender más de 1.213 servicios anuales publicitarios para que se genere utilidades, en caso contrario se generaría pérdidas para el negocio.

Grafico 6. Punto de equilibrio en unidades



7. CONCLUSIONES

- Mediante el desarrollo del presente proyecto se pudo evidenciar la factibilidad que presenta la creación de la empresa comercializadora Evensite que prestara servicios publicitarios a través de una aplicación móvil, servicio dirigido inicialmente a las discotecas, bares y restaurantes de la ciudad de Bucaramanga, dado que existe demanda para el producto lo cual respalda la factibilidad del proyecto.
- El proyecto no presenta inconvenientes en cuanto a conseguir los equipos, mano de obra y tecnología necesaria, dado que en Bucaramanga existen varios proveedores que suministran dichos recursos, de forma fácil y rápida.
- El tipo de empresa escogido, el cual es “limitada”, reúne todos los requisitos de tipo legal, tributario, financiero y contable, ya que cumple con todas las condiciones exigidas por la ley.
- Realizando el Estudio Financiero se puede llegar a las siguientes conclusiones:
 - En el estudio financiero se determinó que la inversión total del proyecto, está representada por la suma de \$ **29.968.119**, su valor presente neto es de \$ **141.468.436**, con una tasa interna de retorno de (TIR) de 88,69%. Siendo más alta que la tasa de oportunidad estimada para el proyecto, lo cual indica que su puesta en marcha es viable desde el punto de vista económico y financiero.
 - El punto de equilibrio se logra con 1213 servicios, cantidad que se encuentra por debajo de los servicios que se tiene proyectado para el primer año de operación de 1320 servicios.
 - El costo unitario del servicio es de \$75.192 mensuales, hallado del total de costos fijos y variables, teniendo en cuenta una capacidad utilizada de 1320 servicios y el precio unitario del servicio es de \$81.730, valor obtenido mediante la fórmula del precio de venta proyectando una utilidad del 8%.

- Las ventas para el primer año de operación son de \$ 107.883.621, valor que se halló tomando la capacidad utilizada de 1320 servicios multiplicada por el precio de venta de \$81.730 pesos.
- Dado a las razones anteriormente expuestas, se llega a la conclusión que el proyecto para la creación de la empresa comercializadora Evensite en la ciudad de Bucaramanga es factible, dado a su viabilidad del mercado en la región, su legalidad administrativa y financiera, y por su aporte social.

8. RECOMENDACIONES

- Para las autoras es importante que la nueva empresa implemente las estrategias de publicidad y promoción diseñadas en el estudio de mercados, con el fin de generar competencia de compra del servicio al lograr captar la atención de los clientes, llevándolos a adquirir el servicio publicitario.
- Los datos, cálculos y demás estudios realizados para la formulación del presente proyecto, solo tienen una vigencia de 5 años, tiempo en el cual se prevé cambios importantes que afectarían los resultados del proyecto.
- Es importante medir periódicamente mediante encuestas el nivel de satisfacción de los clientes por los servicios prestados, con el fin de identificar y controlar variaciones que puedan llegar a perjudicar la prestación de los servicios.
- Las promociones, la publicidad, el mejoramiento continuo y la actualización en los nuevos avances tecnológicos en cuanto a la prestación de los servicios, debe ser una constante con el fin de garantizar la durabilidad y éxito de la empresa.
- Es posible que a largo plazo se pueda llegar a implementar estrategias de expansión y crecimiento de la empresa, con miras hacia el área metropolitana, e incluso a nivel nacional.

BIBLIOGRAFIA

ÁLVAREZ ARANGO, Alberto Matemáticas financiera. 3^{ra} ed. Bogotá D.C. McGRAW-HILL INTERAMERICANA S.A. 2005 483p

ARMSTRONG, Gary / KOTLER Philip. Marketing Versión para Latinoamérica 11 ed. México Pearson Educación 2007 655p.

GARCIA CRIOLLO, Roberto García. Estudio del trabajo, 2^{da} ed. México Mc GRAW – HILL/ INTERAMERICANA EDITORES 2005 459p

MENDEZ ALVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología. 4^a ed. Mexico: Mc Graw Hill, 2006.

PABÓN VARGAS, Hernán Fundamentos de costos 4^a ed. Colombia Universidad Industrial de Santander 2009 362p.

ORTIZ ANAYA, Héctor Análisis financiero aplicado 14.^a ed. Colombia Universidad Externado de Colombia 559p.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS. Norma Colombiana para la Gestión Ambiental Residuos sólidos guía para la separación en la fuente. Tercera Actualización. Santafé de Bogotá D.C.ICONTEC, 2009. 18p NTC GTC24.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS. Norma Colombiana para Sistemas de Gestión Ambiental, Requisitos con Orientación para su Uso. Primera Actualización. Santafé de Bogotá D.C.ICONTEC, 2004. 39p NTC ISO 14001.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS. Normas Colombianas para la presentación de trabajos de investigación. Segunda Actualización. Santafé de Bogotá D.C. ICONTEC, 1996. 126p NTC 1307.

LEGIS INFORMACIÓN Y SOLUCIONES. Guía Legis para la Pequeña Empresa. Actualización 2011. Bogotá D.C. LEGIS, 2011 274p.

DANE. Proyecciones nacionales y departamentales de población 2005 – 2020, 2009.

DANE. Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas, 2009.

OFICINA DE DESARROLLO DE LAS TELECOMUNICACIONES (BDT).- Unión Internacional de Telecomunicaciones <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/mis2013.aspx>. Consultado el 25 de noviembre de 2014.

MINISTERIO TIC: rendición de cuentas. disponible en Internet en la página: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12996889>. Fecha de publicación 16 de agosto de 2013. Consultado el 25 de noviembre de 2014.

APLICACIONES MÓVILES COLOMBIA. Boletín Tecnológico. Desarrollo histórico en Colombia. Publicado jueves 11 de Octubre de 2012. Consultado 25 de septiembre de 2014. Desde: <http://aplicacionesmovilescolombia.blogspot.com/2012/10/desarrollo-y-evolucion-de-las.html>

VANGUARDIA LIBERAL. Sobre tecnología. Consultado 25 de septiembre de 2014. Desde: <http://www.vanguardia.com/actualidad/tecnologia/230614-santander-tercero-en-colombia-en-disenar-aplicaciones-moviles>

MINISTERIO DE AMBIENTE. Plan de Desarrollo 2008-2011. Consultado el 25 de septiembre de 2014. Desde: http://www.minambiente.gov.co/documentos/plan_de_desarrollo_2008_2011_bucaramanga_version_4.pdf




ALCALDIA DE BUCARAMANGA. Datos generales de la ciudad. Consultado el 25 de septiembre de 2014. Desde: <http://www.bucaramanga.gov.co/Contenido.aspx?Param=9>

ELTIEMPO Consultado el 25 de diciembre de 2014. Desde: <http://www.eltiempo.com/tecnosfera/resenas-tecnologia/ios-android-o-windows-phone-cual-es-mejor/14879418>

CAMARA DE COMERCIO. Crecimiento establecimientos comerciales. Consultado
Octubre 15 de 2013. Desde: <http://www.camaradirecta.com/>

ANEXOS

ANEXO A. Cuestionario Estructurado dirigido a la Demanda

Maestra de Gestión Empresarial de La Universidad de Santander, estamos realizando una encuesta dirigida a los dueños de Discotecas, Bares y Restaurantes de la Ciudad de Bucaramanga, con la finalidad de realizar un estudio de Mercados sobre la publicidad efectiva que manejan estos establecimientos. Esta información es confidencial.

FECHA: AA MM DD HORA: _____ AM PM

**1. ¿Qué medios utiliza para dar publicidad a su negocio?
(Puede seleccionar una o varias respuestas)**

- a. Televisión ()
- b. Radio ()
- c. Internet ()
- d. Prensa ()
- e. Directorios ()
- f. Volantes ()
- g. Afiches ()
- h. Vallas ()
- i. Otros () Cual? _____

Si respondió Internet, por favor coméntenos en que sitio publicitan _____

2. ¿En relación a los medios de publicidad utilizados en su negocio referidos en la pregunta anterior, favor especificar sus proveedores y cómo califica la efectividad del servicio?

- | | | | | | | | | |
|-----------|--------------------------|----------|--------------------------|----------|--------------------------|----------|--------------------------|----------|
| a. _____ | <input type="checkbox"/> | Ma _____ | <input type="checkbox"/> | 2. _____ | <input type="checkbox"/> | 3. _____ | <input type="checkbox"/> | 4. _____ |
| Excelente | | | | | | | | |
| b. _____ | <input type="checkbox"/> | Ma _____ | <input type="checkbox"/> | 2. _____ | <input type="checkbox"/> | 3. _____ | <input type="checkbox"/> | 4. _____ |
| Excelente | | | | | | | | |
| c. _____ | <input type="checkbox"/> | Ma _____ | <input type="checkbox"/> | 2. _____ | <input type="checkbox"/> | 3. _____ | <input type="checkbox"/> | 4. _____ |
| Excelente | | | | | | | | |
| d. _____ | <input type="checkbox"/> | Ma _____ | <input type="checkbox"/> | 2. _____ | <input type="checkbox"/> | 3. _____ | <input type="checkbox"/> | 4. _____ |
| Excelente | | | | | | | | |

3. ¿Qué tan efectiva considera su empresa la publicidad a través de un Aplicativo Móvil?

Poco Efectiva

Efectiva

Muy Efectiva

3. ¿En promedio cuánto invierte mensualmente en publicidad?

a. De \$0. a \$100.000 ()

b. De \$100.000 a \$200.000 ()

c. De \$200.000 a \$300.000 ()

d. De \$300.000 a \$4000.000 ()

e. Más de \$400.000 () Cuanto? _____

4. ¿Si existiera en el Mercado una Aplicación Móvil para promocionar los eventos sociales, su empresa publicitaría a través de este medio?

a. Sí

b. No

Por

qué? _____

Nombre del entrevistado _____

Teléfono _____ Barrio _____

Nombre del establecimiento _____

Dirección _____

Entrevistó _____

¡GRACIAS POR SU ATENCIÓN Y COLABORACIÓN!

ANEXO B. Listado de establecimientos de comercio (Discotecas)

DISCOTECAS DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA				
REG-IND.	RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
000140	TABAMELI LTDA	CLL 51 N 34 47 LC 013	DISCOTECA	CABECERA DEL LLANO
002367	GILBERTO FLOREZ BARBOSA	AVE EDUARDO SANTOS N 28 95	WISQUERIA Y DISCOTECA	SAN ALONSO
002494	MARCO ANTONIO ROA	CLL 34 N 30 33	TABERNA DISCOTECA	MEJORAS PUBLICAS
005300	LIGIA ROZO HERNANDEZ	AVE EDUARDO SANTOS N 28 54	TABERNA DISCOTECA	SAN ALONSO
005976	LINA PATRICIA BARON	KM 4 VIA GIRON	DISCOTECA	CHIMITA
008252	JORGE ELIECER FORERO	CRA 15 N 31 56	DISCOTECA	CENTRO
009041	LUCIA OCHOA VALENCIA	KM 4 VIA GIRON	DISCOTECA	BUENO
009283	GUSTAVO CARVAJAL GOMEZ	CLL 33 N 30 51	DISCOTECA	LA AURORA
009291	JULIO CESAR RONDON LEON	CR 31 33 26	DISCOTECA	CENTRO
010489	LUZ KARIME FERNANDEZ MARTINEZ	CRA 28 N 14 85	DISCOTECA	SAN ALONSO
012959	BRAYAN ALFONSO NIDO MARTINEZ	CRA 27 N 48 36	DISCOTECA	SOTOMAYOR
016306	RUBIELA MEDINA BAEZ	CRA 31 N 33 25	DISCOTECA	MEJORAS PUBLICAS
017916	ELDA GAMBOA	CRA 33 N 37 35	TABERNA DISCOTECA	EL PRADO
024816	CLAUDIA P. MANTILLA RODRIGUEZ	CRA 33 N 52 41	DISCOTECA	CABECERA DEL LLANO
027088	TERRANOVA LIMITADA	CLL 37 N 16 71 LC 301	TABERNA DISCOTECA	CENTRO
030332	BENJAMIN NINO NINO	CRA 31 N 33 32	DISCOTECA	LA AURORA
030775	HENRY OSMA VEGA	CRA 33 N 34 10	RESTAURANTE DESAYUNADERO DISCOTECA	LA AURORA
034962	ELIZABEH ANGULO JIMENEZ	CRA 34 N 51 88	TABERNA DISCOTECA	CABECERA DEL LLANO
037655	SANDRA RUBIELA DURAN	CLL 64 N 27 59	DISCOTECA	PUERTA DEL SOL
041290	JAIRO ANTONIO DUARTE MOJICA	CRA 36 N 51 02	TABERNA DISCOTECA	CABECERA DEL LLANO
041459	CLAUDIA MILENA LUNA MANTILLA	CRA 31 N 33 52	DISCOTECA RESTAURANTE Y ALQUILERES	LA AURORA
042564	FREDY ANIBAL CORZO ARDILA	CRA 34 N 51 56	DISCOTECA	CABECERA DEL LLANO
042697	JANETH BLANCO CORZO	KM 4 VIA GIRON	DISCOTECA	CHIMITA
043007	TRINIDAD MUNOZ DE CHAPARRO	KM 4 VIA GIRON COSTADO NORTE	DISCOTECA-RESTAURANTE-APARTA-HOTEL	BUENO
043166	CORPORACION CLUB CHABELA	CLL 64 N 27 59	DISCOTECA	LA CEIBA
044480	MYRIAM PINTO PINTO	CLL 35 N 17 49	BAR DISCOTECA	CENTRO
045045	MARTHA CECILIA ALVAREZ	CRA 31 N 33 26	TABERNA DISCOTECA	CENTRO

DISCOTECAS DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA				
REG-IND.	RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
048289	DAMIAN FRANCISCO BARRAGAN V	CRA 34 N 51 88	DISCOTECA	CENTRO
049227	CARDENAS ORTEGA WILKINS	CLL 33 N 32 72	DISCOTECA	LA AURORA
050374	ANA BETTY BUITRAGO VARGAS	C.C ACROPOLIS LC 5 01	DISCOTECA	CIUDADELA REAL DE MINAS
054203	ANDRES HINOJOSA MENDOZA	CR 32 N 48 60	DISCOTECA	SOTOMAYOR
054832	JORGE JOHNATAN AGUILAR RIBERO	CRA 35 N 48 55	CAFE BAR DISCOTECA	CABECERA DEL LLANO
055543	MI PAIS SAS	CL 52 N 34 12	RESTAURANTE DISCOTECA	CABECERA DEL LLANO
058205	NOHORA MAY MANRIQUE GOMEZ	CRA 33 N 35 41	DISCOTEKA	EL PRADO
063699	MARIA CASQUITOS LTDA	CLL 36 32 23	DISCOTECA RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS
059379	MIGUEL HUMBERTO BADILLO CELIS	CLL 33 N 32 06	DISCOTECA RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS
064452	LUIS FERNANDO PEÑA URBINA	CR 35 51 114 LOCAL 205	DISCOTECA – TABERNA	CABECERA DEL LLANO
064651	JUAN CARLOS RUEDA MEJIA	CR 32 48 32	DISCOTECA RESTAURANTE BAR	SOTOMAYOR
068276	JAIME LEONARDO OTERO SOLANO	CR 33 35 24 PIS 2	DISCOTECA BAR	MEJORAS PUBLICAS
069279	HENRY GEOVANY RAMIREZ NORIEGA	CL 64 27 59	DISCOTECA	CABECERA DEL LLANO
069511	CORPORACION SOCIAL CULTURAL RECREATIVA Y	CL 52 34 27	TABERNA DISCOTECA	CABECERA DEL LLANO
070245	DISCOTECA BETOS	CALLE 34 # 30 - 33 BARRIO MEJORAS PUBLICAS	DISCOTECAS TABERNAS	Y MEJORAS PUBLICAS
070610	BAYONA QUINTERO NUVEA	CALLE 33 # 32 - 06 BARRIO MEJORAS PUBLICAS	DISCOTECAS TABERNAS	Y MEJORAS PUBLICAS
070889	YYOSGUIN VIERNES CLUB	CARRERA 27 # 62 - 32 BARRIO LA CEIBA	DISCOTECAS TABERNAS	Y LA CEIBA
071134	TABERNA PRAGA SHOW	CARRERA 33 # 37 - 61	DISCOTECAS TABERNAS	Y EL PRADO
072065	TERESA GONZALEZ ORTIZ	AVENIDA LA ROSITA # 24 - 33 BARRIO BOLIVAR	DISCOTECAS Y TABERNAS	BOLIVAR
072156	LIZETH KARIME PEREZ BAUTISTA	CALLE 31 # 33 - 33	DISCOTECAS Y TABERNAS	CABECERA DEL LLANO
077940	BRTHS PALENCIA CUELLO	CR 31 33 60	VENTA DE LICORES DISCOTECA	MEJORAS PUBLICAS
081491	RAMIREZ DE RODRIGUEZ RAQUEL NAHYR	CARRERA 33 # 37 - 50	DISCOTECAS Y TABERNAS CON KARAOKE.	CABECERA DEL LLANO

DISCOTECAS DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA				
REG-IND.	RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
081523	CAMARGO REYES SAMANTHA	CALLE 105 # 26 - 56 BARRIO PROVENZA	DISCOTECAS, CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS DENTRO DEL ESTABLECIMIENTO, INCL UYENDO PISTA D	PROVENZA
082998	HIGUERA GOMEZ GUILLERMO ANIBAL	CALLE 44 # 49A-12 BARRIO SOTOMAYOR	CONSTRUCCION, DESARROLLO Y EXPLOTACION ECONOMICA DE BARES, DISCOTECAS Y RESTAURANTES, REAL	SOTOMAYOR
083123	ORTIZ GUTIERREZ FELIPE ANDRES	CARRERA 34 # 48 - 71 BARRIO CABECERA	BAR-RESTAURANTE, DISCOTECAS	CABECERA DEL LLANO
083299	SILVA GOMEZ SANDRA	CARRERA 33 # 35 - 33 BARRIO CABECERA	DISCOTECAS - EXPENDIO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS PARA EL CONSUMO DENTRO DEL EST ABLECIMIENTO	CABECERA DEL LLANO
083996	BADILLO GUTIERREZ STEPHANIE	CARRERA 29 # 47 - 24	DISCOTECAS Y TABERNAS	SOTOMAYOR
086722	GUERRA TARAZONA MANUEL NICOLAS	LOCAL S - 01 CENTRO COMERCIAL ACROPOLIS	" BAR - DISCOTECA."	CIUDADELA REAL DE MINAS
086722	GUERRA TARAZONA MANUEL NICOLAS	LOCAL S - 01 CENTRO COMERCIAL ACROPOLIS	" BAR - DISCOTECA."	CIUDADELA REAL DE MINAS
088109	DIAZ GALLEGU DIANA CAROLINA	CALLE 14 # 30 - 16 PISO 2	BAR DISCOTECA RESTAURANTE	SAN ALONSO
089138	GOMEZ RIVERA DIRYAM YESENIA	DIAGONAL 15 # 60 - 20	DISCOTECAS Y TABERNAS	RICAUURTE
091143	ABELLA RAMIREZ OMAR RICARDO	AVENIDA EDU-SANTOS 28 - 85	TABERNA, BAR, DISCOTECA	
091168	VERA SANDRA	CR 34 48 87	BAR Y DISCOTECA	CABECERA DEL LLANO
091280	CALDAS RINCON SERGIO ANDRES	VIA GIRON KILOMETRO 2	DISCOTECAS Y TABERNAS. EVENTOS JUVENILES	
092500	LA CALLE DE MATILDE LINA SAS	CARRERA 35 A # 49 - 07 LOCAL 601 BARRIO CABECERA	DISCOTECA RESTAURANTE BAR	
093935	PATIDO PARRA KAREN PATRICIA	CARRERA 16 # 36 - 59 PISO 2 LOCAL BARRIO CENTRO	DISCOTECA BAR.	CENTRO
096484	CORPORACION CLUB SOCIAL LUPITA	CR 35 48 55	BAR DISCOTECA	CABECERA DEL LLANO
097124	INVERSIONES 90 MILLAS S.A.S.	CARRERA 35 A # 49 - 07 LOCAL 512 BARRIO CABECERA	RESTAURANTE BAR DISCOTECA	CABECERA DEL LLANO
097434	SAUL DUKON LOPEZ	CR 34 48 70	DISCOTECA RESTAURANTE BAR	CABECERA DEL LLANO
098778	JENNY GARCIA CARDENAS	CR 35 48 106	BAR DISCOTECA	CABECERA DEL LLANO

099943	INVERSIONES TALENTO Y OCIO SAS	CR 35A 49 07 LOC 505	DISCOTECA BAR	CABECERA DEL LLANO
100083	JUAN CARLOS RUEDA MEJIA	CR 29 48 31	RESTAURANTE DISCOTECA BAR	SOTOMAYOR
101128	YAMILE DEL ROSARIO GARCIA NUÑEZ	CR 34 48 09	DISCOTECA BAR	CABECERA DEL LLANO
101165	FELIPE ORTIZ GUTIERREZ	CR 34 48 71	DISCOTECA BAR RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
101170	NELSON FELIPE HERANADEZ GARCIA	CR 34 48 63	DISCOTECA BAR	CABECERA DEL LLANO
101739	JUAN CARLOS RUEDA MEJIA	CR 32 48 42	RESTAURANTE DISCOTECA BAR	SOTOMAYOR
102767	JUAN CARLOS RUEDA MEJIA	CR 34 48 41	DISCOTECA BAR	CABECERA DEL LLANO

ANEXO C. Listado de establecimiento de comercio (Bares)

BARES DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA				
REG-IND.	RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
000117	RAUL LIZCANO SUAREZ	CRA 17 N 31 59	BAR SEGUNDA CATEGORIA Y MAQUINAS PAGAMONEDA	CENTRO
000320	CESAR AUGUSTO AGUILAR FRANCO	CLL 33 N 15 60	FUENTE DE SODA Y BAR	CENTRO
000331	YOLANDA BARGAS GARCIA	CLL 28 N 15 34	BAR (BAR DE SEGUNDA) O CANTINA	CENTRO
000576	ARQUIMEDES GONZALEZ Y OTRO	CLL 24 N 17 11	BAR (BAR DE SEGUNDA) O CANTINA	ALARCON
001500	VICTOR JULIO LOPEZ PEREZ	CLL 13 N 22 21	CAFE BAR	SAN FRANCISCO
001520	HENRY VARGAS BLANCO	CLL 33 N 15 71	FUENTE DE SODA BAR	CENTRO
001525	JOSE DEL CARMEN ARDILA JAIMES	CRA 2 W N 58 37	BAR FUENTE DE SODA	MUTIS
002396	LUIS FRANCISCO PARRA	CRA 17 N 29 12	BAR RESTAURANTE	CENTRO
002535	HUGO ORTIZ HERNANDEZ	CLL 31 N 17 31	BAR CAFETERIA	CENTRO
002779	RINCON URIBE ROSA MARIA	CRA 17 C N 56 78	BAR	RICAURTE
003218	MIGUEL ANTONIO CARO BARON	PAS CADENA LC 44	CAFE BAR SALON DE BILLARES	CENTRO
003567	VICTOR YEPES C. E HIJOS LTDA.	CLL 22 N 26 30	BAR DESAYUNADERO	ALARCON
003705	CIRO ALFONSO GOMEZ RAMIREZ	CRA 21 N 30 18	WISQUERIA BAR	ANTONIA SANTOS
004016	MERY CLELIA PEREZ ESTUPIDAN	CRA 15 N 33 86	CAFETERIA BAR	CENTRO
004031	PEDRO JULIO GAMBOA GAMBOA	CRA 34 N 32 73	BARBERIA	ALVAREZ
004384	ADULFO RUIZ GELVES	CRA 18 N 28 67	BAR	CENTRO
004564	OSCAR SERRANO PARRA	CLL 41 N 15 31 35	CAFE BAR SALON DE BILLARES	CENTRO
004678	OLINDA CACERES DE ALVAREZ	CRA 17 N 48 49	BAR PRIMERA CATEGORIA	LA CONCORDIA
004911	LUIS A. PARRA	CLL 24 N 16 16	BAR (BAR DE SEGUNDA) O CANTINA	CENTRO
005092	ANGEL MARIA ESPINOSA CABALLERO	AVE QUEBRADA SECA N 18 26	BAR (BAR DE SEGUNDA) O CANTINA	CENTRO
005452	GILBERTO RUIZ MANTILLA	CLL 5 N 15A 33	BAR Y SALON DE BILLARES	CHAPINERO
005623	DOLORES MARTINEZ DE TAPIAS	AVE QUEBRADA SECA N 18 24	BAR (BAR DE SEGUNDA) O CANTINA	CENTRO

BARES DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA				
REG-IND.	RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
005634	ELSY TERESA MERCHAN	CLL 28 N 15 44	BAR (BAR DE SEGUNDA) O CANTINA	CENTRO
005993	WILLIAM PINZON AMAYA	CR 17 36 53	BAR Y SALON DE BILLARES	CENTRO
006031	CECILIA RODRIGUEZ CHAVEZ	CRA 17 N 42 33	BAR Y SALON DE BILLARES	CENTRO
006180	JUAN DE DIOS FLOREZ MURILLO	CLL 33 N 29 36	BAR DE PRIMERA CATEGORIA	LA AURORA
006246	OLGA MARIA URBINA PEINADO	CRA 14 N 31 36	CAFETERIA BAR	CENTRO
006504	PASTORA PAREDES VDA DE GARCIA	CLL 50 N 17B 58	BAR PRIMERA CATEGORIA	LA CONCORDIA
007239	NIÑO MARTINEZ LUIS ARTURO	CLL 12 N 21 51	TABERNA BAR	SAN FRANCISCO
007667	MANUEL CARVAJAL VALENCIA	CLL 24 N 17 17	BAR (BAR DE SEGUNDA) O CANTINA	CENTRO
007219	HUGUES ISMAEL OCHOA NUÑEZ	CLL 56 N 36 68	PIZZERIA Y BAR	CABECERA DEL LLANO
009128	WILLIAM JESUS CACERES	CLL 31 N 18 69	BAR RESTAURANTE Y BILLARES DE SEGUNDA CATEGORIA	CENTRO
009333	PEDRO FELIPE MONSALVE ESPINOSA	CLL 33 N 16 36	BAR,RESTAURANTE	CENTRO
010040	EVARISTO SUAREZ PINTO	CRA 16 N 31 54	BAR	CENTRO
010405	LUIS ALEJANDRO MEDINA HURTADO	CLL 49 N 19 41	CAFE BAR SALON DE BILLARES	LA CONCORDIA
010416	HERMINDA RANGEL	CRA 14 N 24 76	BAR (BAR DE SEGUNDA) O CANTINA	GIRARDOT
014943	ALVARO GARCIA Y OTRA	CLL 41 N 16 24	BAR (BAR DE SEGUNDA) O CANTINA	CENTRO
012193	PEDRO NEL ZARATE	CRA 3 N 63 31	PIZZERIA PIZZERIA – BAR	LOS NARANJOS
012552	MANUEL SALVADOR OSPINA	CLL 28 N 15 28	BAR (BAR DE SEGUNDA) O CANTINA	CENTRO
012940	ALVARO CAMARGO LOPEZ	CRA 17 N 58 60	TABERNA Y BAR	RICAUARTE
013036	FRANCISCO JOSE BORRAS RUEDA	CR 35 N 51 115	BAR	CABECERA DEL LLANO
013232	REINALDO DIAZ ESPINEL	CLL 28 N 9 43	BAR Y SALON DE BILLARES	GIRARDOT
015305	ALIRIO MONSALVE MARTINEZ	CRA 33 A N 32 47	CAFETERIA BAR	EL PRADO
015347	YOLANDA VARGAS GARCIA	CLL 28 15 14	BAR (BAR DE SEGUNDA) O CANTINA	CENTRO
015732	IRENE MUÑOZ CARVAJAL	CRA 15 N 31 19 PISO 2	BAR DE SEGUNDA CATEGORIA	CENTRO
017062	HERNANDO RIATIGA LUNA	CR 17 24 55	BAR DE PRIMERA CATEGORIA	ALARCON

BARES DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA				
REG-IND.	RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
017587	FLOR DE MARIA URIBE DE ACEVEDO	DIAG 15 N 61 08	BAR Y SALON DE BILLARES	LA CEIBA
025389	ANGEL JESUS MARQUEZ SANDOVAL	CLL 37 N 17 25	BAR	CENTRO
025763	ORTIZ RODRIGUEZ WILIAN ALFONSO	CRA 33 N 38 20	BAR SEVICHERIA	EL PRADO
018778	JOSEFA VILLAMIZAR PABON	CLL 28 N 15 62	BAR (BAR DE SEGUNDA) O CANTINA	CENTRO
019123	GILBERTO MENDOZA MENDEZ	CLL 34 N 20 40	BAR Y SALON DE BILLARES	CENTRO
020743	ELSA BAEZ CASTRILLON	AVE QUEBRADA SECA N 16 64	BAR Y SALON DE BILLARES	CENTRO
021058	AIDA MARIA MEBARAK MADRID	CLL 48 N 32 69	BAR SEVICHERIA	SOTOMAYOR
022433	JOSE RICARDO ESTEBAN	AVE 61 N 17E 49	CAFETERIA BAR	LA CEIBA
023517	MARCOS T ZARATE	AVE QUEBRADA SECA N 18 100	BAR (BAR DE SEGUNDA) O CANTINA	CENTRO
026776	NUBIA PRADA MEDINA	CRA 21 N 30 55	BAR	ANTONIA SANTOS
026983	TRUJILLO TARAZONA ANA CELMIRA	CRA 12 N 34 73	CAFETERIA BAR	CENTRO
027607	EDGAR GUERRERO GUERRERO	CLL 22 N 17 80	BAR Y MAQUINAS TRAGAMONEDAS	SAN FRANCISCO
028821	MANUEL CARVAJAL VALENCIA	CLL 37 N 14 10 PISO 2	CAFE BAR	CENTRO
028835	EDELBERTO VALENCIA GIRALDO	CRA 15 N 45 96	WISQUERIA BAR	CENTRO
028988	MAURICIO MENDOZA ARDILA	CLL 36 N 18 11	TABERNA BAR	CENTRO
029398	AURA STELLA MORAN BASANTE	CLL 13 N 23 32	RESTAURANTE VIDEO BAR	SAN FRANCISCO
029710	INVERSIONES DICARA LTDA	CRA 33 N 34 43	TABERNA BAR	ALVAREZ
030426	GARCIA VALENCIA MARIA YOLET	CLL 54 N 18 02	TABERNA BAR	LA CONCORDIA
030445	NOHORA STELLAGIL SANCHEZ	AVE LA ROSITA N 18 02	DESAYUNADERO BAR WISKERIA	LA CONCORDIA
030458	DAVID INFANTE RIVERA	CLL 31 N 20 41	RESIDENCIAS Y BAR	CENTRO
031813	SANDRA HERRERA CELIS	CRA 33 N 44 04	BAR RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO

BARES DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA				
REG-IND.	RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
032163	DIANA CAROLINA MORENO APARICIO	CRA 33 N 44 12	BAR RESTAURANTE	NUEVO SOTOMAYOR
032520	MARIA LUCILA MUJICA DE GOMEZ	TORRES DE SAN REMO LC 7-8	BAR RESTAURANTE	CIUADDELA REAL DE MINAS
032706	EDELBERTO VALENCIA GIRALDO	DIAG 15 N 59 60	TABERNA BAR	RICAUARTE
033573	ESPERANZA ORTIZ DE TRIANA	CRA 18 N 37 44	RESTAURANTE VIDEO BAR	CENTRO
033883	OCTAVIO FERNANDO PARRA LOPEZ	CRA 22 N 30 02	BAR	CENTRO
033893	ROSALBINA LASSO LASSO	CLL 45 N 13 59	BAR	CENTRO
034516	FREEDY ALBERTO VARGAS ORDUZ	CRA 21 N 36 73	BAR DE PRIMERA CATEGORIA	CENTRO
034954	CARMEN LIGIA MANRIQUE G.	CLL 37 N 35 55	RESTAURANTE VIDEO BAR	EL PRADO
035558	JORGE LUIS CORDERO PARRA	AVE QUEBRADA SECA N 21 56	TABERNA BAR	ALARCON
035698	JOSE LIBANIEL VALENCIA GIRALDO	CRA 15 N 45 86	RESTAURANTE VIDEO BAR	CENTRO
035771	LUIS MARIA MANTILLA GOMEZ	CRA 33 N 35 24	BAR DE PRIMERA CATEGORIA	CABECERA DEL LLANO
036678	JENIFER WALTEROS CARDENAS	CRA 15 N 31 18 INT 101	TABERNA BAR	CENTRO
037446	OSCAR EDUARDO GUERRA OCHOA	CRA 22 N 11 74	WISQUERIA BAR	SAN FRANCISCO
037464	RAQUEL PALENCIA CUELLO	DGN 15 N 54 39 P 2	TABERNA BAR	RICAUARTE
037516	MARIELA CAMACHO QUINTERO	CRA 31 N 32 30	HOTEL BAR Y GIMNASIO	MEJORAS PUBLICAS
037560	RAFAEL EDUARDO GAMBOA RUEDA	DIAG 15 N 58 26	WISQUERIA BAR	RICAUARTE
037616	JORGE E. ROJAS E.	CLL 41 N 33 14	BAR DE PRIMERA CATEGORIA	MEJORAS PUBLICAS
037726	OMAR PATINO SANDOVAL	CRA 20 N 33 69	TABERNA BAR	CENTRO
037802	DARIO GUERRERO JUAN CARLOS OSBORNE	CRA 33 N 36 32 LC 2	TABERNA BAR	EL PRADO
037939	LILIANA ROMERO RIOS	CLL 28 N 1 131	BAR DE PRIMERA CATEGORIA Y TIENDA	LA FERIA
038241	HIGUERA & SANTAMARIA LTDA	CLL 34 N 32 09	BAR RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS

BARES DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA				
REG-IND.	RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
038403	AMINTA CARVAJAL DE MUNOZ	CRA 15 N 31 19 21	BAR Y WISKERIA	CENTRO
040808	ALFREDO RANGEL MARTINEZ	CRA 33 N 35 33	TABERNA BAR	EL PRADO
041417	PRADA CONTRERAS ROSA DELIA	CLL 54 N 17B 47	BAR	RICAUARTE
041630	NATIVIDAD URIBE GUERRERO	CRA 15 B N 6 02	BAR (BAR DE SEGUNDA) O CANTINA	COMUNEROS
041656	ALBERTO FORERO OROZCO	CLL 33 N 15 37 PISO 3	BAR MAQUINITAS	CENTRO
041897	JORGE EDUARDO MERCHAN FRANCO	TRANSVERSAL 29 B N 104 72	BAR RESTAURANTE	ASTURIAS
041974	ACADEMIA MUNDIAL DE BILLARES S.A.S	CLL 37 N 18 10 PISO 2	BILLARES ,CAFETERIA Y BAR	CENTRO
041982	EVELIA CARRENO LEON	CLL 37 N 18 10 PISO 1	BAR BILLARES Y CAFETERIA	CENTRO
042171	KATHY LILIANA FLOREZ RAMIREZ	CRA 36 N 38 02	BAR RESTAURANTE	EL PRADO
042200	JOSE DARIO LOPEZ CHINCHILLA	CLL 105 N 20 41	BAR Y FUENTE DE SODA	PROVENZA
042334	ANDRES GOMEZ ORJUELA	CRA 33 N 44 18	BAR DE PRIMERA CATEGORIA	MEJORAS PUBLICAS
042678	ESPERANZA GOMEZ SAAVEDRA	CRA 16 N 41 02	BAR	CENTRO
043029	JAIRO EMIRO LIZCANO HERNANDEZ	CRA 31 N 33 18	DISCO-BAR	CABECERA DEL LLANO
043234	HERNAN JAVIER JAIMES URIBE	CRA 33 N 34 34	BAR RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS
043300	DORA YANETH MORALES CAMENZAQUIRA	CL 47 14A 58	CVENTA DE COMIDAS PREPARADAS Y SERVIDAS A LA MESA BAR	CHORRERAS DE DON JUAN
043772	GONZALEZ GARCIA YENNIFER	CRA 36 N 51 02	BAR Y DEASYUNADERO	CABECERA DEL LLANO
043773	WILFREDO NAVARRO D=AZ	CLL 36 N 15 23 PISO 2	BAR RESTAURANTE	CENTRO
044076	ROLANDO QUIROGA CACERES	CLL 105 N 26 73	BAR – WISKERIA	PROVENZA
044200	INGRID PAOLA ALVAREZ ARDILA	CRA 34 N 51 78	BAR RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
044480	MYRIAM PINTO PINTO	CLL 35 N 17 49	BAR DISCOTECA	CENTRO

BARES DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA				
REG-IND.	RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
044503	LUCILA RICO LEAL	CRA 17 N 59 88	RESTAURANTE BAR	RICOURTE
044595	ANA DE DIOS GUERRERO RUEDA	CRA 15 N 0 34	BAR DE SEGUNDA CATEGORIA	NORTE BAJO
045011	WILSON EDUARDO ARIZA GUIZA	CLL 93 N 29 94	RESTAURANTE BAR	CIUDADELA REAL DE MINAS
045086	JAZZNOTE BAR COMPANIA LTDA	CRA 35 A N 48 57	BAR	CABECERA DEL LLANO
045994	PABLO DELGADO CARDENAS	CRA 27 N 104 31	VIDEO BAR	DIAMANTE I
046064	ADRIANA YANETH DIAZ SILVA	CRA 33 N 44 18	BAR	MEJORAS PUBLICAS
046095	LEONARDO CABALLERO CORREA	CRA 27 N 10 14	RESTAURANTE, BAR	UNIVERSIDAD
046140	LUZ MYRIAN VELASQUEZ VANEGAS	CRA 16 N 41 57	BAR	CENTRO
046207	ELOY CARRILLO JAIMES	CLL 45 N14 69	FUENTE DE SODA Y BAR	CHORRERAS DE DON JUAN
046346	JOSE GABRIEL LOPEIRA BUITRAGO	CALLE 42 N 33 31	RESTAURANTE BAR	EL PRADO
046421	RAFAEL GUALDRON DOMINGUEZ	CRA 33 N 33 12	BAR	LA AURORA
046494	YANETH BRICEBO FLOREZ	CARRERA 33 N 33 90	TABERNA BAR	ALVAREZ
046770	ARACELY GALVIS SANTOS	CRA 32 N 35 29	RESIDENCIAS BAR	EL PRADO
047487	AURORA JANY BARBOSA	CRA 35 N 51 112	CAFE BAR	CABECERA DEL LLANO
047773	PEDRO ALEJANDRO GIL	CLL 12 N 21 61	FUENTE DE SODA BAR	SAN FRANCISCO
048029	LUIS EMILIO DURAN DURAN	AVDA EDUARDO SANTOS 28 141	RESTAURANTE FUENTE DE SODA Y BAR	SAN ALONSO
048109	ALEXANDER PEDA COBOS	CRA 32 N 48 72 P 2	BAR	CABECERA DEL LLANO
048196	ISAIAS GONZALEZ VALERO	CLL 37 N 17 29	RESTAURANTE,CAFETRIA Y BAR	CENTRO
048364	SUPERBOCAS E.U	CLL 48 N 33 39	RESTAURANTE BAR	CABECERA DEL LLANO
049127	ENRIQUE TORRADO ORTIZ	CRA 21 N 31 20	BAR	ANTONIA SANTOS

BARES DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA				
REG-IND.	RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
049343	CESAR A RODRIGUEZ D	CLL 45 N 14 83	BAR	CHORRERAS DE DON JUAN
049523	PEDA GOMEZ RAFAEL ENRIQUE	CR 10 N 23 80	BAR	GIRARDOT
049922	RAQUEL GARCIA BARIN	CR 21 N 22 06	BAR	ALARCON
050586	ELSI TERESA MERCHAN	CR 17 N 24 37	BAR	ALARCON
051559	LUIS ALBERTO ALVAREZ ROJAS	AV SAMANES N 140 C.C ACROPOLIS LC 218	CAFE BAR	CIUDADELA REAL DE MINAS
051945	CARLOS QUECHO GOMEZ	CLL 33 N 15 30 LC 29	FUENTE DE SODA – BAR	CENTRO
052616	JORGE ARMANDO AVELLANEDA FORERO	CL 58 N 17C 08	BAR	RICAUORTE
053008	RICARDO GONZALEZ PARRA	CR 16 N 45 138 LC 1-32	CAFETERIA BAR	CENTRO
053339	GLORIA ELCIDA LEAL LANDAZABAL	CL 29 N 15 04	BAR	CENTRO
054293	MARIELA BUENO BAYONA	CRA 32 N 47 - 33	CAFETERIA BAR	NUEVO SOTOMAYOR
054314	DEISY SILVERIA CARREDO	CL 45 N 14 59	BAR	CENTRO
054408	SILVIA MARCELA DAZA RUIZ	CRA 34 N 52 25	RESTAURANTE BAR	CABECERA DEL LLANO
054460	JAVIER ALONSO REY BELTRAN	CR 35 N 48 13	CAFE BAR	CABECERA DEL LLANO
054553	ANDERSON ANDRES CELLIS RAMIREZ	CLL 24 N 10 73	BAR VENTA DE ALMUERZOS	GIRARDOT
054832	JORGE JOHNATAN AGUILAR RIBERO	CRA 35 N 48 55	CAFE BAR DISCOTECA	CABECERA DEL LLANO
054882	JORGE ANTONIO TRUJILLO SCHNEIDER	CRA 31 N 33 49	BAR	MEJORAS PUBLICAS
054883	MORENO MAIDA PAOLA	CL 33 N 15 34 LOCAL 30	BAR MAQUINAS PAGA MONEDAS	CENTRO
055012	LINA A LOPEZ	CR 12 N 35 17	CAFE BAR	CENTRO
055081	NELLY RUBIO ESPINOSA	CL 60 N 17F 52	BAR	RICAUORTE
055099	YADIRA FLOREZ RONDON	CL 45 N 9BW 31	BAR	CAMPOHERMOSO
055141	MAYRA LUZ MEJIA AGUILAR	CL 33 N 15 40 L-31	BAR FUENTE DE SODA	CENTRO

BARES DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA				
REG-IND.	RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
055186	EDWIN MAURICIO CASTELLANOS BENAVIDES	CL 21 N 21 44	BAR	ALARCON
055198	CESAR AUGUSTO BERNAL HERRERA	CL 34 N 31 24	BAR	MEJORAS PUBLICAS
055480	LUIS ENRRIQUE CASTILLO SALAMANCA	B SANTANDER N 16 34	DESAYUNADERO BAR	ALARCON
055512	LUIS ALFONSO LOPEZ VELANDIA	CRA 33 33 08	CAFE BAR	LA AURORA
055520	ELIZABETH ARIAS	CRA 17A N 28 04	BAR	ALARCON
056655	HERMEZ GONZALEZ	BL BOLIVAR N 19 70	BAR	SAN FRANCISCO
056744	CESAR FERNANDO NAVARRO PEREZ	LO K 15 Y K 27 ENTRE CALLE 60 Y 62	CAFE BAR	PUERTA DEL SOL
056907	CELMIRA ROA LOPEZ	CR 18 N 7 35	BAR Y SALON DE BILLARES	COMUNEROS
057051	EDINSON LUNA GOMEZ	CRA 34 48 101	BAR	CABECERA DEL LLANO
057404	JOEL VISBAL PACHECO	CLL 45 N 19 36	BAR	CENTRO
057985	CARLOS ALBERTO SUAREZ	CLL 24 N 12 26	BAR	GIRARDOT
058160	ULPIANO MARIN JIMENEZ	CL 42 14 55	BAR	CENTRO
055512	LUIS ALFONSO LOPEZ VELANDIA	CRA 33 33 08	CAFE BAR	LA AURORA
058954	CONTRERAS QUINTANA FABIO	CRA 21 N 30 69	BAR LA ESQUINITA	CENTRO
055520	ELIZABETH ARIAS	CRA 17A N 28 04	BAR	ALARCON
059410	DIANA YORIE CARDOSO NARANJO	CRA 33 N 36 57	RESTAURANTE BAR	EL PRADO
059584	INVERSIONES MORALES SALGADO S.A.S.	CLL 44 N 29 A 12	BAR – RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
059961	JOSE ALEXIS QUINTERO PEREZ	C 29 15 51 L 15 BR GRANADA	BAR	CENTRO
060923	SOLANO SANDOVAL CARLOS ARTURO	CRA 16 41 14	BAR	CENTRO

BARES DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA				
REG-IND.	RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
062313	RUBEN GAMBOA RODRIGUEZ	K 34 48 19-21 PRESENTO CERTIFICADO DE NOMENCLATURA	TABERNA BAR	CABECERA DEL LLANO
062465	ORIOLO GOMEZ NUÑEZ	PASAJE SANTANDER LOC 11 PIS 2	BAR Y SALON DE JUEGOS	CENTRO
062600	ANDREA PAOLA MARTINEZ QUINTERO	K 13 22 44	BAR	GIRARDOT
062680	WILSON URIEL AYALA MALDONADO	K 33 35 35	BAR	CABECERA DEL LLANO
062725	HERRERA GARCIA BEATRIZ DE EJESUS	CRA 33 N 34 61	BAR DISCOTECA	CABECERA DEL LLANO
063621	OMAR HUMBERTO RODRIGUEZ	CR 35 48 43 LOC 1	BAR	CABECERA DEL LLANO
063915	SUSANA GONZALEZ SANDOVAL	CLL 28 15 28	BAR CANTINA	CENTRO
064044	ISAIAS ARDILA DURAN	K 14 B 45 08	BAR	CHORRERAS DE DON JUAN
064096	CLAUDIA YOLANDA ESCOBAR MORENO	CR 35 A 49 07 LOC 508	CAFE BAR	CABECERA DEL LLANO
064252	DAISY ANDREA BALLESTEROS ALVAREZ	CLL 16 21 52	VIDEO BAR	SAN FRANCISCO
064464	ANA LEONOR VILLANUEVA GONZALEZ	CR 23 13 11	RESTAURANTE BAR	SAN FRANCISCO
064651	JUAN CARLOS RUEDA MEJIA	CR 32 48 32	DISCOTECA RESTAURANTE BAR	SOTOMAYOR
064713	MARIELA JEREZ ACUÑA	CR 15 30 42	BAR TABERNA	CENTRO
064942	MARTIN VILLAMIZAR VILLAMIZAR	CL 12A 23 64	CANTINA BAR	SAN FRANCISCO
064978	KAREN ANDREA GIRALDO ACELAS	CR 17 45 23	BAR	LA CONCORDIA
065026	ANGELA FERNANDA CRUZ SUAREZ	CR 15 7 33	BAR	CHAPINERO
065145	MAYELIN CAMPOS SIERRA	VIA AL MAR CL 1A	RESTAURANTE BAR	BOSQUE NORTE
065187	ALICIA GUEVARA CASADIEGO	CL 103B 12D 06	VIVERES Y ABARROTOS	SANTAMARIA

BARES DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA				
REG-IND.	RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
065332	LEONARDO ESTEBAN HERRERA GARCIA	CL 52 34 45	DESAYUNADERO BAR	CABECERA DEL LLANO
065345	OSCAR MAURICO QUINTERO MUÑOZ	CR 17 53 40	RESTAURANTE BAR	SAN MIGUEL
065539	ALBA YANETH HOLGUIN DIAZ	CL 22 19 16 LOC 6	VIDEO BAR	ALARCON
065694	RAFAEL RICARDO VERGEL GERRERO	CR 35 48 79	BAR	CABECERA DEL LLANO
065699	CARMEN ALICIA CONTRERAS QUINTERO	CR 21 34 30 /32	BAR CAFETERIA	CENTRO
065702	ALEXANDER PEREZ HERNANDEZ	CR 21 30 65	BAR	CENTRO
065790	ISMAEL ALONSO VERGEL	CR 20 20 30	RESTAURANTE BAR CAFETERIA	SAN FRANCISCO
06579	7JAVIER REYES CONTRERAS	CR 8B 35 AN 183	FUENTE DE SODA BAR	2CAFE MADRID
065840	CARLOS DAVID CENTENO CARRASCAL	C 49 32 17	BAR	SOTOMAYOR
065882	JUAN FERNANDO GARCIA	CL 55 17A 02	BAR	RICAUARTE
065887	MARTHA LUCIA SANABRIA GARCIA	CRA 11 23 03	FUENTE DE SODA Y BAR	GIRARDOT
065984	MARTHA CECILIA ARDILA DURAN	CL 42 14 55	BAR	CENTRO
066012	EDWING LUNA LIZARAZO	CR 35A 52 120	RESTAURANTE BAR	CABECERA DEL LLANO
066075	CESAR IVAN CORREDOR BECERRA	K 21 34 49	DISCOTECA BAR	CENTRO
066096	MARIA TERESA GARZON FLOREZ	CR 16 41 14	BAR	CENTRO
066865	HENRY MAURICIO GONZALEZ PARRA	CL 34 32 17	BAR	MEJORAS PUBLICAS
067140	LUZ MARINA MARTINEZ	CR 18 37 46	BAR	CENTRO
067222	CLAUDIA ANGELICA RUIZ LAZARO	CR 33 37 50	BAR	MEJORAS PUBLICAS
067309	JUAN DE JESUS GELVES PICO	CL 34 32 08	BAR RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS
067398	VIZION VEINTICUATRO LTDA	CL 52 34 45	RESTAURANTE BAR	CABECERA DEL LLANO

BARES DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA				
REG-IND.	RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
067877	JORGE ENRIQUE GUTIERREZ JAIMES	CC ACROPOLIS LOC 102-104	CAFE BAR	CIUDADELA REAL DE MINAS
068037	CARLOS FELIPE COY GOMEZ	CR 30 18 62	BAR CAFÉ	SAN ALONSO
068058	MARY LUZ CASTRO BENAVIDEZ	CR 33 37 27	TABERNA VIDEO BAR	CABECERA DEL LLANO
068191	GUSTAVO ANDRES CARREDO ESPINEL	CR 34 52 34	BAR DISCOTECA	CABECERA DEL LLANO
068196	EDDGAR FERNANDO TRUJILLO	KM 1 VIA PAMPLONA	DISCOTECA BAR	MORRORICO
068197	JAIME HERRERA GIRALDO	K 24 12 02	BAR	SAN FRANCISCO
068212	JAIME HERRERA GIRALDO	CR 24 12 02	BAR	SAN FRANCISCO
068348	LIBARDO ANDRES JACOME SUESCUN	CR 33A 29 15 PLAZOLETA	CAFE BAR CAFETERIA COMIDAS PREPARADAS	GALAN
068349	GUSTAVO DDERLI ARZUZA	CR 23 21 78	RESTAURANTE BAR	SAN FRANCISCO
068364	GUSTAVO ANDRES CARREDO ESPINEL	CR 35 48 79 LOC 2	BAR	CABECERA DEL LLANO
069533	VIZION 24 LTDA	CL 52 34 45	BAR RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
068370	MARY LUZ CASTRO BERMUDEZ	CR 33 37 02/06	VIDEO BAR	MEJORAS PUBLICAS
068448	DIEGO JAVIER LAGUADO ORTIZ	CL 52 35A 36	BAR	CABECERA DEL LLANO
068462	LUZ AMANDA BENAVIDEZ	CR 31 32 26	RESTAURANTE BAR	LA AURORA
069260	WILLIAM GUERRERO	CR 8 35N 84	VIDEO BAR	CAFE MADRID
069318	CRHISTIAN ANDRES UTRIA PILONIETA	CL 13 24 70	TABERNA BAR	SAN FRANCISCO
069402	ANDINAEL CLARO TRIGOS	CR 17A 55 17	BAR	GOMEZ NINO
069491	OLIOVER GUTIERREZ RODRIGUEZ	AV EDUARDO SANTOS 29 70	BAR	SAN ALONSO
069520	ALEY ADOLFO PATIÑO	DIG 56 36 68	RESTAURANTE BAR	TERRAZAS

BARES DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA				
REG-IND.	RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
06953	4CARLOS ALBERTO VILLAMIZAR MOLINA	CR 35 52 24	BAR	OCABECERA DEL LLANO
069675	NATALIA SALINAS NIDO	CR 32 48 42	RESTAURANTE BAR	SOTOMAYOR
069694	WILSON JOSE NUDEZ GAMBOA	CR 34 48 53	BARES Y CANTINAS FUENTE DE SODA	CABECERA DEL LLANO
069901	BAWA	CARRERA 35 # 48 - 47	BARES Y CANTINAS	CABECERA DEL LLANO
069987	UTRIA PILONIETA CRHISTIAN	CALLE 13 # 24 - 70 BARRIO SAN FRANC	BARES Y CANTINAS	SAN FRANCISCO
070408	RESTREPO AMAYA WILLIAM GIOVANNI	CL 48 35 34	BAR RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
070794	ALBA LUZ CARVAJAL MENESES	CL 14 30 60	BAR RESTAURANTE	SAN ALONSO
070798	SERGIO MAURICIO GARCIA OVALLE	CL 52 35A 22	BAR CAFETERIA	CABECERA DEL LLANO
070857	SOCIEDAD DE ARTE ALTERNATIVO S ARTE LTDA	CR 36 51 131	GALERIA VENTA OBRAS ARTISTICAS BAR	CABECERA DEL LLANO
071023	LUZ ETELLA CHAVARRO DE GOMEZ	CR 35 52 28	BAR	CABECERA DEL LLANO
071297	ALBA LUZ CARVAJAL MENESES	CL 14 30 60	BAR RESTAURANTE	SAN ALONSO
071382	BAR CAFETERIA SAN IGNACIO	CALLE 52 # 35 A - 22	BARES Y CANTINAS	SOTOMAYOR
071623	BAR TABERNA ATARDECER LUNAR	CARRERA 16 # 31-54 BARRIO CENTRO	BARES Y CANTINAS	CENTRO
071676	ACUSTIK BAR	CENTRO COMERCIAL ACROPOLIS LOCAL S - 01	BARES Y CANTINAS	CIUDADELA REAL DE MINAS
071690	NEXT CLUB	CARRERA 17C # 56-48 BARRIO RICAURTE	BARES Y CANTINAS	RICAURTE
073034	DIANA ALEXANDRA DURAN DURAN	CALLE 48 # 34 - 12	BARES Y CANTINAS	CABECERA DEL LLANO
073119	ORLANDO BLANCO HERNANDEZ	CR 16 37 86 PIS 2	BILLARES CAFETERIA BAR	CENTRO

BARES DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA				
REG-IND.	RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
073132	HERNAN DARIO GIRALDO ACOSTA	CENTRO COMERCIAL ACROPOLIS PISO 2 LOCAL R 10 B	BARES Y CANTINAS	CIUADAELA REAL DE MINAS
073204	CARLOS GABRIEL RIVERA NIÑO	CL 33 32 90	CAFE BAR	MEJORAS PUBLICAS
073453	NEKEN GROUP S.A.S	CALLE 35 #17-77 OF. 706	BARES Y CANTINAS	CENTRO
073653	OSCAR FABIAN SALAZAR	CR 34 48 41	COCTELERIA COMIDAS RAPIDAS RESTAURANTE BAR	CABECERA DEL LLANO
073935	NESTOR RICARDO CAMACHO GAMBA	CR 34 52 07	RESTAURANTE BAR	CABECERA DEL LLANO
074403	DAVID CAMILO FARFAN CASTILLO	CALLE 52 # 34 - 12 BARRIO CABECERA	DISCOTECA BAR -ALQUILER PARA EVENTOS- PRESENTACIONES MUSICALES	CABECERA DEL LLANO
074567	DIANA PATRICIA YANEZ	CR 34 52 21	CAFE BAR	CABECERA DEL LLANO
074590	DIANA PATRICIA YANES PADILLA	CARRERA 34 # 52 - 21 LOCAL 2 BARRIO CABECERA DEL LLANO	CAFE- BAR.	CABECERA DEL LLANO
075052	ALEJANDRA MARIA DIAZ GONZALEZ	CALLE 48 # 35 - 34	RESTAURANTE BAR	CABECERA DEL LLANO
07514	OELKIN ROLANDO MORALES FLOREZ	CARRERA 34 # 48 - 90 BARRIO CABECERA DEL LLANO	CAFE BAR - VENTA DE COMIDAS RAPIDAS	1CABECERA DEL LLANO
075713	ELIDA GARNICA GARCIA	CARRERA 11 # 23 - 03 BARRIO GIRARDOT	FUENTE DE SODA Y BAR	GIRARDOT
075744	CARMEN CECILIA PEREZ DE VILLAMIZAR	AVENIDA LA ROSITA # 24 - 59 BARRIO MEJORAS PUBLICAS	CAFE BAR	MEJORAS PUBLICAS
075800	RICARDO RODRIGUEZ JIMENEZ	CALLE 105 # 24 - 57	BAR. - RESTAURANTE	PROVENZA
075946	EDUVIGIS TRUJILLO LONDOÑO	CI 59 # 7 - 61 TORRE 3 Ap 401 CONJUNTO PLAZA MAYOR CIUADAELA REL	VENTA DE COMIDAS RAPIDAS- CAFE BAR	CIUADAELA REAL DE MINAS
076084	CARLOS ALBERTO FRANCO	CR 23 21 78	CAFE BAR	SAN FRANCISCO

BARES DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA				
REG-IND.	RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
076155	CARLOS ALBERTO FRANCO ARIAS	CARRERA 23 # 21 - 78 BARRIO SAN FRANCISCO	CAFE BAR	SAN FRANCISCO
076915	JESUS ANTONIO MANTILLA	CALLE 56 # 17 C - 04 BARRIO RICAURTE	VIDEO BAR	RICAURTE
077059	ALBEIRO JOSE FLOREZ GARCIA	CL 110 CR 21A	CANCHAS DE BOLO CRIOLLO MINITEJO RESTAURANTE BAR	Viveros de Provenza
077098	MARIA TRINIDAD GOMEZ DE PINZON	CARRERA 29 # 45 - 58	SERVICIO DE CAFE BAR.	CABECERA DEL LLANO
077506	LUIS JACINTO GARCIA GELVEZ	CARRERA 15 # 45 - 42 BARRIO CHORRERAS DE DON JUAN	BAR TABERNA	CHORRERAS DE DON JUAN
077629	JESSICA TATIANA MENDEZ VEGA	CARRERA 26 A # 10 - 52 LOCAL 102 BARRIO UNIVERSIDAD	CAFETERIA - BAR	UNIVERSIDAD
077972	CARLOS MARIO ARCILA PINEDA	CARRERA 34 # 58 - 53 LOCAL - 1	CAFE-BAR	CABECERA DEL LLANO
078006	ULISES BUITRAGO CASTELLANOS	CALLE 52 # 34 - 45 BARRIO CABECERA	BAR	CABECERA DEL LLANO
078525	RUIZ MIRANDA SANDRA MILENA	CALLE 53 # 17 B 04 BARRIO LA CONCORDIA	CAFETERIA-BAR	LA CONCORDIA
079221	LUZ CLEMENCIA CABALLERO	CR 33 35 58	CAFE BAR	MEJORAS PUBLICAS
079349	AMOROCHO GRIMALDOS SILVIA JULIANA	CALLE 47 # 29 - 74 BARRIO SOTOMAYOR	BARES Y CANTINAS	SOTOMAYOR
079547	RUIZ SARMIENTO LUIS REINALDO	AVENIDA QUEBRADASECA # 32 - 03 BARRIO SAN ALONSO	BAR-WISKERIA	SAN ALONSO
079574	DIAZ TAVERA LEIDY JOHANNA	CALLE 35 # 33 - 08 BARRIO EL PRADO	SERVICIO DE CAFE BAR	EL PRADO
079895	NOELVA PTIDO PELAEZ	CALLE 35 # 12 - 76 BARRIO CENTRO	CAFE BAR	CENTRO
079939	DIAZ ALARCON IMELDA IBVONNE	CARRERA 33 # 35 - 36 LOCAL 1 BARRIO MEJORAS PUBLICAS	VIDEO BAR CLUB SHOWS COREOGRAFICOS.	MEJORAS PUBLICAS
080023	GUTIERREZ BAYONA HENRY ALEXANDER	CARRERA 33 # 33 # 12 LOCAL 2 BARRIO MEJORAS PUBLICAS	CAFE BAR.	MEJORAS PUBLICAS

BARES DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA				
REG-IND.	RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
080120	GUERRERO CARREDO CARLOS JULIO	CARRERA 10 # 23 - 80	BAR	GIRARDOT
080357	JOAN FERNANDO GARCIA LIZARAZO	CL 55 17A 18 PIS 02	CAFE KARAOKE BAR	RICOURTE
079939	DIAZ ALARCON IMELDA IBVONNE	CARRERA 33 # 35 - 36 LOCAL 1 BARRIO MEJORAS PUBLICAS	VIDEO BAR CLUB SHOWS COREOGRAFICOS.	MEJORAS PUBLICAS
080023	GUTIERREZ BAYONA HENRY ALEXANDER	CARRERA 33 # 33 # 12 LOCAL 2 BARRIO MEJORAS PUBLICAS	CAFE BAR.	MEJORAS PUBLICAS
080592	MANOSALVA ROA ALIRIO	CARRERA 31 # 33 - 73 BARRIO MEJORAS PUBLICAS	RESTAURANTE, BAR.-	MEJORAS PUBLICAS
080504	CARLOS ANDRES TAMAYO CASTELLANOS	CL 33 28 71 LOC 03	CAFETERIA Y BAR	MEJORAS PUBLICAS
080748	GAMBOA RODRIGUEZ RUBEN	CARRERA 34 # 48 - 21 - 29 BARRIO CABECERA	SERVICIO DE BAR.	CABECERA DEL LLANO
080807	AUDID BAYONA QUINTERO	CC SAN JOSE PLAZA LOC 111	BAR	RICOURTE
081210	RIVERA MEJIA CINDY NATALIA	CALLE 35 # 33 - 08 BARRIO EL PRADO	KARAOKE Y BAR	EL PRADO
081282	PABLO JIMENEZ QUINTANA	CR 33A 32 39	BAR CAFETERIA VENTA DE COMIDA Y ALMUERZOS	EL PRADO
081353	VARGAS URIBE ADRIANA LIZETH	AVENIDA SAMANES # 9 - 140 LOCAL 200 - 2 CENTRO COMERCIAL ACROPOLIS	CAFE - BAR	CIUDADELA REAL DE MINAS
082181	AVILA ACEVEDO ARMANDO	CARRERA 31 # 17 - 31 BARRIO CENTRO	BAR, VENTA DE BEBIDAS FRIAS.	CENTRO
082512	LIZCANO RANGEL LEANDRO	CARRERA 17 # 89 A 57 BARRIO DIAMANTE II	FUENTES DE SODA - COMERCIO AL POR MENOR DE VIVERES ABARROTOS Y MERCADO	DIAMANTE II
082630	CHAPARRO GALINDO CARLOS ALBERTO	CARRERA 11 # 23 - 03	FUENTES DE SODA - BAR	GIRARDOT
083123	ORTIZ GUTIERREZ FELIPE ANDRES	CARRERA 34 # 48 - 71 BARRIO CABECERA	BAR-RESTAURANTE, DISCOTECAS	CABECERA DEL LLANO

BARES DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA				
REG-IND.	RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
083191	MAESTRE KAMMERER CARMEN PATRICIA	CALLE 21 # 21 - 74	CAFE – BAR	SAN FRANCISCO
083475	GOMEZ GUIZA MARTHA CECILIA	CARRERA 28 # 51 - 29 BARRIO SOTOMAYOR	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, PARRILLA Y BAR.	SOTOMAYOR
083529	ULLOA DIAZ NICOLAS	CALLE 52 # 34 - 27 LOCAL 2	BARES Y CANTINAS - EXPENDIO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS PARA EL CONSUMO DENTRO D EL ESTABLECIMI	CABECERA DEL LLANO
083759	GUERRERO GUERRERO EDGAR	CALLE 22 # 17 - 80	BARES Y CANTINAS - ACTIVIDADES DE JUEGOS DE AZAR	ALARCON
084488	NAVARRO PISCIOTTI KAREN ELIANA	CALLE 20 # 21 - 05	BAR	
084799	RODRIGUEZ BARAJAS FABIO ALESSANDRO	CARRERA 33 B # 31 - 09	CAFE BAR	QUINTA DANIA
085443	GONZALEZ NORIEGA FLOR ANGELA	CARRERA 29 # 47 - 24	RESTAURANTE, BAR, CAFE, LA PRESTACION DEL SERVICIO DE BAR, DESAYUNADERO EXP ENDIO DE LICOR	SOTOMAYOR
085460	JAIME LEONEL PEREZ ESLAVA	CL 35 32 76	SERVICIO DE INTERNET VIDEO BAR	MEJORAS PUBLICAS
085513	WALTER FERNEY RAMIREZ BOTIA	CR 19 17 29	SERVICIO DE ALQUILER DE CANCHAS SINTETICAS Y ALQUILER DE ELEMENTOS DEPORTIVOS BAR CAFETERI	SAN FRANCISCO
085601	RODRIGUEZ GRIMALDOS MARIA NOHEMI	CARRERA 33 # 37 - 64 BARRIO LA AURORA	COMERCIO AL POR MENOR DE BEBIDAS Y PRODUCTOS DEL TABACO. BAR KARAOKE.	LA AURORA
085849	JOSE MARIA GONZALEZ AFANADOR	CL 42 14 82	BAR	CENTRO
085950	JAVIER MAURICIO ARIAS MOYANO	CR 35 48 106	CAFE BAR	CABECERA DEL LLANO
085957	ACEVEDO GUERRERO LUIS CARLOS	CARRERA 22 # 10 - 67 BARRIO MUTUALIDAD	BARES Y CANTINAS	MUTUALIDAD
086230	MEJIA AGUILAR MAYRA LUZ	CALLE 33 # 15 - 40 LOCAL 31	BAR - FUENTE DE SODA	CENTRO
086244	MENDOZA TORRES OLGA CECILIA	CALLE 35 # 17 - 67 LOCAL 303 BARRIO LAS MERCEDES	BAR - COMIDAS RAPIDAS	
086291	PEREZ BAUTISTA ELKIM LEONARDO	CARRERA 34 # 48 - 53 BARRIO CABECERA DEL LLANO	BAR	CABECERA DEL LLANO

BARES DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA				
REG-IND.	RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
086352	JHOON FERNED TEJEDOR GONZALEZ	BL SANTANDER 21 40	BAR	SAN FRANCISCO
086420	APARICIO RUIDIAZ JOSE ENRIQUE	CARRERA 34 # 48 - 70 BARRIO CABECERA DEL LLANO	TABERNA – BAR	CABECERA DEL LLANO
086478	CASTELLANOS FLOREZ NIDIA AZUCENA	AVENIDA EDUARDO SANTOS # 28 - 85	TABERNA – BAR	SAN ALONSO
086577	PEÑA ARANGO GABRIEL ALBERTO	AVENIDA EL JARDIN CASA 4 BARRIO EL JARDIN	" RESTAURANTE, BAR, EVENETOS"	EL JARDIN
086697	VILLALBA SEPULVEDA JONATHAN	CALLE 20 # 21 - 05 BARRIO SAN FRANCISCO	" BAR"	SAN FRANCISCO
086722	GUERRA TARAZONA MANUEL NICOLAS	LOCAL S - 01 CENTRO COMERCIAL ACROPOLIS	" BAR - DISCOTECA."	CIUDADELA REAL DE MINAS
087584	BALLESTEROS NAVARRO DIEGO F	CARRERA 17 C # 55 - 48 LOCAL 111 BARRIO LA	CAFE BAR	LA CONCORDIA
087780	VARGAS AGUILAR LILIANA	CARRERA 33 # 37 - 64	BARES Y CANTINAS	EL PRADO
087811	OSORIO MORENO IVAN ENRIQUE	CALLE 52 # 34 - 27	BAR.	CABECERA DEL LLANO
087988	CELY BAUTISTA EDWYN OSWALDO	CARRERA 32 # 38 - 28	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES Y BAR.	
088109	DIAZ GALLEGO DIANA CAROLINA	CALLE 14 # 30 - 16 PISO 2	BAR DISCOTECA RESTAURANTE	SAN ALONSO
088143	GOMEZ CALDERON ANGIE TATIANA	CARRERA 34 # 48 - 77	BAR.	CABECERA DEL LLANO
088204	GUACANEME DELGADO DIANA ANGELICA	CALLE 52 # 34 - 27 CASA BARRIO CABECERA DEL LLANO	CAFE, BAR	CABECERA DEL LLANO
088771	MENDOZA VILLABONA GABY YESENIA	CALLE 15 # 22 - 02 LOCAL BARRIO SAN FRANCISCO	BAR	SAN FRANCISCO
087780	VARGAS AGUILAR LILIANA	CARRERA 33 # 37 - 64	BARES Y CANTINAS	EL PRADO
089329	PINZON MURIEL MANUEL MAURICIO	CALLE 31 # 33 B - 24	RESTAURANTE - BAR.	
089375	ARDILA DURAN MARTHA CECILIA	CALLE 42 # 14 - 80 LOCAL BARRIO CENTRO	TABERNA Y BAR.	CENTRO

BARES DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA				
REG-IND.	RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
089538	JOSE VICENTE NOVA TARAZONA	CL 45 14 15	CANCHAS DE MINI TEJO RESTAURANTE BAR	CENTRO
089784	LEGUIZAMON CORREA DANIEL ALFONSO	CARRERA 20 # 17 - 68 LOCAL 17 - 62 BARRIO DON BOSCO	RESTAURANTE, BAR Y KARAOKE.	DON BOSCO
089881	MARTINEZ ALVAREZ WILLIAM DANIEL	CALLE 33 # 15 - 34 LOCAL 30	BAR - MAQUINAS PAGAMONEDAS	CENTRO
089907	MARTINEZ DUARTE WILLIAM	CARRERA 32 # 33 - 88 BARRIO MEJORAS PUBLICAS	RESTAURANTE, BAR.	MEJORAS PUBLICAS
089966	CAMARGO RIVERA MIRTHA SOFIA	CARRERA 31 # 33 - 32 BARRIO MEJORAS PUBLICAS	RESTAURANTE BAR	MEJORAS PUBLICAS
090336	RESTREPO RODRIGUEZ JUAN PABLO	CARRERA 50 # 54 - 115 LOCAL 100	CAFE, BAR, RESTAURANTE, VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS. - VENTA DE VIVERES Y AS EO EN GENERAL.	ALTOS DE PAN DE AZUCAR
090372	SERGIO ANDRES CARREDO GOMEZ	CR 33 33 12 LOC 02	KARAOKE BAR	MEJORAS PUBLICAS
090617	ALVARO MENESES ECHAVEZ	CL 21 13 37	BAR	GRANADAS
090706	LOZANO RIADO EXON ALEXIS	CARRERA 14 B # 45 - 15	BARES Y CANTINAS.	CHORRERAS DE DON JUAN
090790	MONSALVE CALVETE JUAN CARLOS	CARRERA 32 # 35 - 39	BAR, RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS
091143	ABELLA RAMIREZ OMAR RICARDO	AVENIDA EDU-SANTOS 28 - 85	TABERNA, BAR, DISCOTECA	
091168	VERA SANDRA	CR 34 48 87	BAR Y DISCOTECA	CABECERA DEL LLANO
091197	PINEDA ALVAREZ LUZ MARINA	CARRERA 34 # 48 - 77 BARRIO CABECERA	VIDEO BAR.	CABECERA DEL LLANO
091212	GARCIA MARIN MARIA ALEJANDRA	CALLE 105 # 24 - 87 LOCAL	CAFE BAR	
091348	VILLAMIZAR MORA CAMILO	CALLE 48 # 34 - 12	BAR Y CANTINA	CABECERA DEL LLANO
091946	JOSE AUGUSTO CASTILLO SANCHEZ	CR 35A 48 37	SERVICIO DE BAR RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
091981	SIERRA MORENO SILVIA JULIANA	CARRERA 20 # 17 - 68	RESTAURANTE, BAR	SAN FRANCISCO

BARES DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA				
REG-IND.	RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
09242	7RODRIGUEZ RUEDA LEIDY NATHALY	CARRERA 33 # 37 - 6 LOCAL 3 BARRIO CABECERA DEL LLANO	KARAOKE CAFE BAR.	OCABECERA DEL LLANO
092500	LA CALLE DE MATILDE LINA SAS	CARRERA 35 A # 49 - 07 LOCAL 601 BARRIO CABECERA	DISCOTECA RESTAURANTE BAR	
092598	GUADIT NAVARRO CARO	AV LA ROSITA 21 48	TIENDA BAR	LA CONCORDIA
092599	GUADIT NAVARRO CARO	AV LA ROSITA 21 48	BAR	LA CONCORDIA
092796	SANDOVAL ANA MILENA	CR 15 5 23	BAR	CHAPINERO
092894	PABON DIAZ DELCI YOJANA	CALLE 44 # 29 A - 40	CAFE-BAR.	CABECERA DEL LLANO
092989	BUSTAMANTE GUERRA DARWIN JOEL	CARRERA 21 # 39 - 60 BARRIO BOLIVAR	LICORERA BAR.	BOLIVAR
093274	AVILA CELIS GABRIELINA	CR 34 48 40	SERVICIO DE RESTAURANTE, VENTA DE COMIDAS PREPARADAS BAR	CABECERA DEL LLANO
093865	ALCIDES TARZONA GARCIA	CL 41 34 13	SERVICIO DE RESTAURANTE BAR	EL PRADO
093935	PATIDO PARRA KAREN PATRICIA	CARRERA 16 # 36 - 59 PISO 2 LOCAL BARRIO CENTRO	DISCOTECA BAR.	CENTRO
093994	ESTRADA ESCOBAR SANTIAGO	AVENIDA EL JARDIN BAJO CASA 43 A	RESTAURANTE CAFE BAR Y ORGANIZACION PARA EVENTOS ESPECIALES.	EL JARDIN
094033	BARRERA GIRALDO RICARDO MAURICIO	CR 34 48 02 / 06	DISCOTECA RESTAURANTE BAR	CABECERA DEL LLANO
094169	ARAQUE ROJAS DIANA MILENA	AVENIDA GALAN 30 A - 12	CAFE - BAR	QUINTA DANIA
094202	PARDO ORDUÑA YADITH	TRANSVERSAL ORIENTAL TRANSVERSAL 93 BARRIO EL TEJAR	EXPENDIO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS PARA EL CONSUMO DENTRO DEL ESTABLECIMIENTO, BAR, DISCOTECA	EL TEJAR
094355	PEDRO ALEJANDRO ORDOÑEZ GONZALEZ	CR 35A 49 07 LOC 601 ZONA B CC CABECERA IV ETAPA	DISCOTECA BAR RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
094370	ANTONIO MARIA CAMACHO MARIN	CENTRO ANASTOS BODEGA 15 LOC 9	COMPRA VENTA DE GRANOS Y TODO TIPO DE ABARROTOS Y AFINES	CHIMITA
095373	ALIMENTOS DG S.A.S.	T 93 34 99 L L-0416 CC EL CACIQUE	RESTAURANTE CAFE BARES OTROS	PORTON DEL TEJAR

BARES DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA				
REG-IND.	RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
095449	IVAN LEONARDO HEREDIA SILVA	CL 52 34 27	BAR CANTINA	CABECERA DEL LLANO
095656	ROSA MARIA CASTRILLON ESPADA	CR 34 48 37	SERVICIO DE BAR Y DISCOTECA	CABECERA DEL LLANO
096447	NANCY JOHANA DIAZ CRUZ	A SAMANES 9 140 L 1-07 MODULO 5C 5	CAFE BAR	CIUADELA REAL DE MINAS
096484	CORPORACION CLUB SOCIAL LUPITA	CR 35 48 55	BAR DISCOTECA	CABECERA DEL LLANO
097124	INVERSIONES 90 MILLAS S.A.S.	CARRERA 35 A # 49 - 07 LOCAL 512 BARRIO CABECERA	RESTAURANTE BAR DISCOTECA	CABECERA DEL LLANO
097434	SAUL DUKON LOPEZ	CR 34 48 70	DISCOTECA RESTAURANTE BAR	CABECERA DEL LLANO
098778	JENNY GARCIA CARDENAS	CR 35 48 106	BAR DISCOTECA	CABECERA DEL LLANO
099430	YERSON FABIAN OSES LIZARAZO	CL 105 24 97	BAR VIDEO	PROVENZA
099943	INVERSIONES TALENTO Y OCIO SAS	CR 35A 49 07 LOC 505	DISCOTECA BAR	CABECERA DEL LLANO
100028	NOHORA LUCIA BACAREO MORANTRES	CL 31 15 67	FUENTE DE SODA BAR	CENTRO
100083	JUAN CARLOS RUEDA MEJIA	CR 29 48 31	RESTAURANTE DISCOTECA BAR	SOTOMAYOR
101170	NELSON FELIPE HERANADEZ GARCIA	CR 34 48 63	DISCOTECA BAR	CABECERA DEL LLANO
101521	NUBIA BUSTOS SARMIENTO	CR 9 42 49	RESTAURANTE BAR	GARCIA ROVIRA
101739	JUAN CARLOS RUEDA MEJIA	CR 32 48 42	RESTAURANTE DISCOTECA BAR	SOTOMAYOR
102767	JUAN CARLOS RUEDA MEJIA	CR 34 48 41	DISCOTECA BAR	CABECERA DEL LLANO

ANEXO D. Listado de restaurantes

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
000019	JORGE EMILIO LOPEZ GONZALEZ	CLL 49 N 32 61 67	RESTAURANTE	SOTOMAYOR
000230	GLORIA SMITH RUEDA QUINTERO	CLL 12A N 23 27	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
000326	JOSE, ANTONIO MARTINEZ MENDOZA	CLL 33 N 31 48 50	RESTAURANTE DESAYUNADERO	LA AURORA
000422	CARLOS A BARCENAS	CLL 55 N 17A 46	HOSPEDAJE Y RESTAURANTE	RICAUORTE
000734	ANA J. VILLAMIZAR DE VERGARA	CL 45 13 13 / 17	FUENTE DE SODA,RESTAURANTE	CENTRO
001102	GILBERTO JIMENEZ ACEVEDO	CLL 56 N 18 51	RESTAURANTE	LA CONCORDIA
001144	CARLOS JOSE DIAZ SANCHEZ	CRA 29 N 55A 04	RESTAURANTE Y PIZZERIA	BOLARQUI
001200	LUIS FRANCISCO AFANADOR AMAYA	CLL 55 N 17A 62	HOTEL RESTAURANTE	RICAUORTE
001513	ROSALBA PRADA DE MARTINEZ	KM 4 VIA GIRON	RESTAURANTE	CHIMITA
001553	FLOR MARIA DUARTE PENA	CLL 35 N 22 37	RESTAURANTE	CENTRO
001666	PEDRO RODRIGUEZ MALDONADO	CLL 49 N 20 60	RESTAURANTE DESAYUNADERO	LA CONCORDIA
002149	ELIZABETH HERNANDEZ SALAMANCA	CRA 27 N 17 75	RESTAURANTE	SAN ALONSO
002257	MARIA A. GIRALDO DE GOMEZ	CLL 48 N 25 33	RESTAURANTE Y CAFETERIA	NUEVO SOTOMAYOR
002396	LUIS FRANCISCO PARRA	CRA 17 N 29 12	BAR RESTAURANTE	CENTRO
002650	RUDECINDO FLOREZ ORTIZ	KM 8 VIA RIONEGRO	RESTAURANTE	LOS COLORADOS
002778	LA PUERTA DEL SOL E.U.	CRA 30 N 65 08	SERVICIO DE RESTAURANTE	LA SALLE
002959	CHEN JIAN JUN	CRA 18 N 31 66	RESTAURANTE	CENTRO
003017	JOSE A. NARANJO GARCIA	CRA 17 A N 28 05	RESTAURANTE Y SALON DE BILLARES	CENTRO
003097	JESUS MARIA GARCIA Y OTRO	CRA 16 N 24 03	RESTAURANTE Y FUENTE DE SODA	CENTRO
003149	LUIS SAMUEL BASTO JIMENEZ	CRA 14 N 43 59	RESTAURANTE-MICROMERCADO	CHORRERAS DON JUAN
003377	ANTONIO CHAIN	CLL 21 N 24 74	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
003414	QUIJANO GARCIA OSCAR ALFONSO	CRA 17 N 58 83	RESTAURANTE	RICAUORTE

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
003437	TRINIDAD SANABRIA SILVA	CRA 27 N 17 59	RESTAURANTE	SAN ALONSO
003449	FABIO LARROTA AMAYA	CRA 33 A N 32 99	RESTAURANTE	ALVAREZ
003546	LUIS ALBERTO CAMACHO BLANCO	CLL 32 N 28 73	RESTAURANTE	LA AURORA
003824	RESTAURANTE EL PAISA E.U.	CRA 21 N 36 28	RESTAURANTE	CENTRO
004102	ALIRIO RIVERO	CL 35 13 69	FUENTE DE SODA RESTAURANTE	GAITAN
004109	REYNALDO DURAN CHAPARRO	CRA 11 N 41 69	RESTAURANTE Y CAFETERIA	ALFONSO LOPEZ
004146	LUIS JESUS SEPULVEDA	CR 16 24 77	RESTAURANTE	CENTRO
004150	EVELIA PIMIENTO DE DURAN	CLL 55 N 17A 52/56	HOTEL RESTAURANTE	RICAUARTE
004360	OLIVA ARGUELLO VILLABONA	CLL 34 N 27 82	RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS
004423	LA PUERTA DEL SOL E.U.	CLL 19 N 29 41	RESTAURANTE	SAN ALONSO
004431	LUIS ORLANDO ADARME CABALLERO	CRA 24 N 34 09	RESTAURANTE OSTRERIA Y SEVICHERI	CENTRO
004509	ZORAIDA RODRIGUEZ DE JAIMES	CLL 41 N 24 113	RESTAURANTE	BOLIVAR
004529	MARIA DEL CARMEN FERNANDEZ DE MORENO	CRA 29 N 49 66	RESTAURANTE	ANTIGUO CAMPESTRE
004544	MISAEEL VELANDIA FIGUEROA	CLL 61 N 16 31	RESTAURANTE DESAYUNADERO	RICAUARTE
004675	ENRIQUE MARTINEZ P.	CLL 105 N 26 97	RESTAURANTE	PROVENZA
004690	INVERSIONES RIVALDE LIMITADA	CLL 36 N 13 29 33	RESTAURANTE	CENTRO
004750	ALIRIO OSORIO	CLL 31 N 20 74	RESTAURANTE	CENTRO
004846	MARIA DEL ROSARIO BALAGUERA BAUTISTA	CRA 20 N 48 34	RESTAURANTE	LA CONCORDIA
004999	AFANADOR MARTINEZ ALFONSO	CLL 41 N 14 15 17	RESTAURANTE	CENTRO
005105	DANIEL CASTRO VILLAVECES	CLL 58 N 32 98	RESTAURANTE Y CAFETERIA	GALAN

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
005259	LUIS JOSE MURILLO G.	CLL 34 N 19 14 LC 109	RESTAURANTE Y CAFETERIA	CENTRO
005408	WILLIAM ELIECER RICO GAMBOA	CRA 33 N 48 41	RESTAURANTE Y BAR	CABECERA DEL LLANO
005497	CRISTOBAL ACOSTA TORRES	CRA 35 N 51 40	RESTAURANTE SHOW MUS. PRESENT. DE ARTIST	CABECERA DEL LLANO
005629	HECTOR RODRIGUEZ CASTILLO	DIAG 105 N 105 10 16 LC 1 2	ASADERO RESTAURANTE	DIAMANTE I
005803	JOSE MENDOZA	CRA 6 N 25 36	RESTAURANTE	GIRARDOT
005817	JESUS DAVID PARDO VITTA	DIAG 15 N 55 73	RESTAURANTE	RICAURTE
005877	GELASIO MANTILLA PABON	CLL 55 N 17A 104	HOTEL Y RESTAURANTE	RICAURTE
005895	ANTONIO JESUS CORREAL PEREZ	CRA 19 N 33 81	RESTAURANTE	CENTRO
006335	MIGUEL ANGEL GARCIA SANCHEZ	CLL 23 N 13 65	RESTAURANTE	GIRARDOT
006389	LUISA ALBERTINA SUAREZ LIZCANO	CRA 17 N 31 57	PENSION RESTAURANTE	CENTRO
006518	LEONCIO MENDOZA PARRA	CLL 50 N 26 50	TABERNA RESTAURANTE	SOTOMAYOR
006949	ELIECER SANCHEZ S.	BOU BOLIVAR N 20 52	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
007236	GUSTAVO RIVERO	CLL 31 N 21 98	TIENDA RESTAURANTE	ANTONIA SANTOS
007326	HUMBERTO SUAREZ GUALDRON	CRA 26 N 45 51	RESTAURANTE Y FUENTE DE SODA	SOTOMAYOR
007556	HERNANDO HUERTAS	CRA 20 N 34 65	RESTAURANTE, TIENDA VEGETARIANA	CENTRO
007593	PASTOR CARVAJAL RODRIGUEZ	CLL 45 N 60CC 31	RESTAURANTE	CAMPOHERMOSO
007690	HOTEL EL PILAR LIMITADA	CLL 34 N 24 09	HOTEL RESTAURANTE	CENTRO
007749	MARIA CASTANO CORREA	CRA 35 N 44 42	RESTAURANTE	SAN PIO
007844	RAFAEL CHACON	CLL 59 N 17F 63	RESTAURANTE DESAYUNADERO	RICAURTE
008175	ARCENIO PACHECO ALVERNIA	CRA 16 N 24 15	RESTAURANTE Y SALON DE BILLARES	CENTRO
008293	ALFONSO LARROTA	CRA 27 N 45 16	RESTAURANTE	SOTOMAYOR
008387	MARIA ILMA SANABRIA GRANADOS	CRA 18 N 33 70	RESTAURANTE	CENTRO

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
008394	TRANSITO REYES CARRILLO	CRA 29 N 15 08	RESTAURANTE DESAYUNADERO	SAN ALONSO
00846	6MARVILLA S.A.	CRA 34 N 48 154	RESTAURANTE	OCABECERA DEL LLANO
008484	CARLOS ARTURO RUEDA LOPEZ	CRA 12 N 24 87	RESTAURANTE	GIRARDOT
008549	ANGEL GABRIEL BADILLO Y OTRA	CRA 27 N 12 27	RESTAURANTE	UNIVERSIDAD
008705	MARTHA RAQUE GARCIA MARMOL	CLL 18 N 26 39	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
008711	LUZ FARIDE BAUTISTA GUAYAZAN	CRA 19 N 39 03 05	RESTAURANTE Y LONCHERIA	CENTRO
008799	HECTOR RODRIGUEZ CASTILLO	CRA 15 N 31 27	RESTAURANTE DESAYUNADERO	CENTRO
008809	GRACIELA QUITIAN ZAFRA	CLL 36 N 18 21	RESTAURANTE	CENTRO
008995	HERMINDA RANGEL CUADROS	CLL 31 N 15 12	RESTAURANTE	CENTRO
008997	CARLOS NORBERTO DI MARCO MORALES	CRA 28 N 54 21	RESTAURANTE	BOLARQUI
009080	ANIBAL GOMEZ CARDENAS	CLL 8 N 15 B 04	RESTAURANTE	COMUNEROS
009108	SENORA BUCARAMANGA LTDA.	CRA 27 N 21 70 66	RESTAURANTE DESAYUNADERO	ALARCON
009128	WILLIAM JESUS CACERES	CLL 31 N 18 69	BAR RESTAURANTE Y BILLARES DE SEGUNDA CATEGORIA	CENTRO
009260	ALICIA CONTRERAS DE CAPACHO	CRA 11 N 37 57	RESTAURANTE	GARCIA ROVIRA
009333	PEDRO FELIPE MONSALVE ESPINOSA	CLL 33 N 16 36	BAR,RESTAURANTE	CENTRO
009548	FERREIRA TELLO MARILU	CLL 57 N 15 22	RESTAURANTE	GOMEZ NINO
009571	LIN CHOU MEI SHIA	CLL 38 N 33 34	RESTAURANTE	EL PRADO
009841	IGNACIO AMAYA MANTILLA	CRA 32 N 47 41	RESTAURANTE FUENTE DE SODA	SOTOMAYOR
009942	MIGUEL ROBERTO ARIZA	CRA 20 N 30 48	RESTAURANTE	CENTRO
010098	MANUEL JOSE MENDOZA HERNANDEZ	BOU BOLIVAR N 25 11	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
010136	MANUEL ROA DIAZ	CRA 27 N 62 20	ASADERO RESTAURANTE	PUERTA DEL SOL
010170	DIANA MARCELA GOMEZ ALDANA	CRA 18 N 33 54	RESTAURANTE	CENTRO
010193	CLELIA PEREZ ESTUPINAN	CC SANANDRESITO LA ISLA LC D 4 PISO 1	RESTAURANTE Y CAFETERIA	RICAUARTE
010421	CLAUDIA PATRICIA BAUTISTA CACERES	CRA 22 N 28 74	RESTAURANTE	ALARCON
010485	MESIAS PEREZ RAVELO	K 8 B 35 AN 149	RESTAURANTE - BAR	CAFE MADRID
010494	ROBERTO PABLO JANOT	CRA 27 N 42 27	RESTAURANTE DESAYUNADERO	SOTOMAYOR
010521	OSCAR EMIRO CLARO RIZO	CRA 2 W N 62 21 23	PIZZERIA Y RESTAURANTE	MUTIS
010663	BRICEIDA FRANCO RODRIGUEZ	CRA 16 N 17 75	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
011149	CRHISTIAN MAURICIO QUINTERO ROJAS	KM 4 VIA A PAMPLONA	RESTAURANTE	MIRAFLORES
011343	JOSE GUILLERMO ZABALA SOLANO	CRA 6 N 43N 93	RESTAURANTE Y SALON DE BILLARES	CAFE MADRID
011543	TOMAS LERZUNDY GOMEZ	CLL 45 N 21 53	RESTAURANTE TIENDA NATURISTA	CENTRO
011951	MEDINA MENDOZA FABIO	CRA 15 A N 5 18	RESTAURANTE	CHAPINERO
012154	GLORIA EDILSA ACERO ALMANZAR	CRA 27 N 11 04	RESTAURANTE	UNIVERSIDAD
012550	GONZALO CASTANEDA FLOREZ	CL 36 14 24	RESTAURANTE VEGETALIANO Y VENTA DE PRODUCTOS NATURALES	CENTRO
012630	CASTAÑEDA FONSECA GLORIA ISABEL	CRA 33 N 38 33	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
012879	SAULO URIBE BAYONA	CLL 45 N 26 06	RESTAURANTE Y CAFETERIA	SOTOMAYOR
012982	JARRI'S LIMITADA	CL 85 25 116	RESTAURANTE	DIAMANTE II
013081	MARIA ELIVER MALDONADO MEDINA	CLL 31 N 18 87	RESTAURANTE Y CAFETERIA	CENTRO
013560	JAIRO ALFONSO MANTILLA SERRANO	CLL 33 N 16 27	HOTEL RESTAURANTE	CENTRO
013672	ROCIO ESTHER RUIZ LOPEZ	CLL 105 N 22 35 LC 1	RESTAURANTE Y WISKERIA	PROVENZA

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
014099	MARTHA PATRICIA SANGUINO	CRA 17 N 35 53	WISQUERIA Y RESTAURANTE	CENTRO
014141	JANETH HOME BERNAL	CLL 32 N 32 32	RESTAURANTE	LA AURORA
014297	ELODIA VALDERRAMA ANGARITA	CRA 2 W N 55 33	RESTAURANTE	MUTIS
014593	ESTHER PINZON ANTELIZ	CRA 27 N 20 55	RESTAURANTE PANADERIA	SAN ALONSO
014847	NELSON VELASCO SUAREZ	AVE QUEBRADA SECA N 19 58	RESTAURANTE	ALARCON
014904	ROSALYN DUARTE RIVERO	CLL 37 N 25 19	FUENTE DE SODA Y RESTAURANTE	CENTRO
014973	MARIA OLGA SANCHEZ DE ORTIZ	CRA 14 N 41 60	RESTAURANTE	CENTRO
015388	GERARDO OCHOA HERNANDEZ	CLL 21 N 18 32	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
015502	EFRAIN SANABRIA CASTILLO	CLL 59 N 17F 63	RESTAURANTE	RICAUARTE
015534	MARIA HILDA MARQUEZ	CRA 15 N 1N 37	TABERNA RESTAURANTE	NORTE BAJO
015809	PEDRO ANTONIO ALVAREZ GAMBOA	CLL 29 N 15 37	MICROMERCADO, RESTAURANTE Y PANADERIA	CENTRO
015877	JOSE ANTONIO GUERRA PEDROZO	CRA 18 N 53 25	RESTAURANTE	LA CONCORDIA
016094	JORGE JOSE MARTINEZ GARZON	CLL 56 N 17C 16 PS 2	RESTAURANTE	RICAUARTE
016178	BETTY MANRIQUE ROJAS	CLL 20 N 15 59	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
016181	BLANCA INES GIL SUAREZ	CRA 16 N 41 14	RESTAURANTE Y FUENTE DE SODA	CENTRO
016558	JOSELIN REYES REYES	CRA 27 N 48 68	RESTAURANTE	SOTOMAYOR
016926	RESTAURANTE EL TOPO GIGIO LTDA	CLL 8 N 19 53	RESTAURANTE	COMUNEROS
017044	JUAN A MANOSALVA	CRA 6 N 43N 26	RESTAURANTE	CAFE MADRID
017766	PEDRO ANGEL GELVEZ ROZO	AVE QUEBRADA SECA N 12 42	RESTAURANTE Y CAFETERIA	CENTRO
017860	FABIOLA DUARTE DE ORTEGA	CLL 105 N 22 53	RESTAURANTE	PROVENZA
018473	EDELBERTO GARZON SIERRA	CRA 17 C N 56 57	RESTAURANTE	RICAUARTE

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
018507	ELDA DIAZ SANCHEZ	CRA 22 N 37 16	RESTAURANTE	CENTRO
018546	MARTIN GUILLERMO DE CASTRO Y OTRA	CLL 52 N 34 45	RESTAURANTE Y COMIDAS RAPIDAS	CABECERA DEL LLANO
019077	ALVARO DIAZ DIAZ	CR 36 34 50	RESTAURANTE FUENTE DE SODA	ALVAREZ
019117	VILMA RODRIGUEZ GARNICA	CRA 19 N 8 82	RESTAURANTE MISCELANEA PAPELERIA	COMUNEROS
019120	SORLEY RAMIREZ DE MENDOZA	CRA 26 N 85 34 36	RESTAURANTE DESAYUNADERO	DIAMANTE II
01922	7JOSE DEL CARMEN SUAREZ RODRIGUEZ	AVE EDUARDO SANTOS N 28 48	RESTAURANTE DESAYUNADERO	OSAN ALONSO
019298	LUZ ESPERANZA NUNEZ ALBA	CLL 28 N 16 58	RESTAURANTE	CENTRO
019515	JUAN C. DURAN TRUJILLO	CRA 21 N 51 37	RESTAURANTE Y FUENTE DE SODA	LA CONCORDIA
020188	SOFIA RUEDA DE LEON	CLL 56 N 21 49	HOSPEDAJE Y RESTAURANTE	NUEVO SOTOMAYOR
020241	FLOR DE MARIA SANABRIA DE CHAPARRO	CLL 104 C N 16 02	FUENTE DE SODA, RESTAURANTE Y MAQUINAS ELECTRONICAS DE JUEGOS PERMITIDOS	EL ROCIO
020448	OMAR ENRIQUE LIZARAZO ESTEVEZ	CLL 34 N 20 38 INT.7	RESTAURANTE	ANTONIA SANTOS
020590	OMAR JAIMES SERRANO	CLL 33 N 16 56	RESTAURANTE	CENTRO
020973	LUZ MARINA FLOREZ VERA	CRA 22 N 37 36	TABERNA RESTAURANTE	BOLIVAR
021238	MIGUEL ORLANDO REYES SIERRA	CRA 28 A N 40 04	RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS
021775	HUGO ORLANDO ROJAS SANABRIA	CLL 33 N 17 52	RESTAURANTE	CENTRO
021836	MARIA INES GARCIA ARGUELLO	CRA 30 N 33 02	RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS
021885	CENAIDA MORENO BASTOS	CLL 56 N 22 77	RESTAURANTE	NUEVO SOTOMAYOR
021931	LUIS M. FERRERIRA BALLESTROS	BOU BOLIVAR N 23 36	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
021996	GERARDO BOHORQUEZ CALA	CRA 27 N 40A 01	RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS
022198	ALIX GONZALEZ H.	CRA 34 N 32 23	RESTAURANTE	ALVAREZ
022219	CARMEN HELENA BAYONA	CLL 39 N 2 50	RESTAURANTE Y COMIDAS RAPIDAS	LA JOYA
022384	INUNSA LIMITADA	CRA 27 N 11 68	RESTAURANTE Y MICROMERCADO	UNIVERSIDAD
022448	ELDA NINO DELGADO	CRA 26 N 20 14	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
022790	AVELINO GONZALEZ BUSTOS	CRA 35 A N 49 55	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
022851	JARRIS LIMITADA	CRA 18 N 35 37	RESTAURANTE	CENTRO
022962	AVIPINKY LTDA	CRA 35 A N 49 55 LC 518	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
023088	LILIA MENDOZA DE MARTINEZ	CLL 55 A N 1W 03	RESTAURANTE	MUTIS
023176	ELCIDA ISOLINA PAEZ PABON	CRA 20 N 28 81	RESTAURANTE Y FUENTE DE SODA	ALARCON
023483	JUANA MENDEZ DE GALINDO	CRA 27 N 9 70/72	RESTAURANTE Y CAFETERIA	UNIVERSIDAD
023542	EDUVIGES MENDIVELSO LUENGAS	CRA 14 N 12 50	RESTAURANTE Y MINITEJO	GAITAN
023695	MARTHA CECILIA DUARTE VARGAS	CLL 35 N 13 73	RESTAURANTE Y FUENTE DE SODA	CENTRO
023857	EMILIANO APARICIO PEDA	CRA 18 N 33 40	RESTAURANTE Y CAFETERIA	CENTRO
023919	JAIRO DIAZ URIBE	CRA 30 N 13 32	RESTAURANTE FUENTE DE SODA	SAN ALONSO
023996	JOSE RAFAEL CAPACHO	CRA 16 N 7 75	RESTAURANTE Y CAFETERIA	COMUNEROS
024165	HELGA LUCILA GOMEZ JIMENEZ	CC CABECERA IV ETAPA LC 503 502	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
024249	ADRIANA MILENA MARTINEZ PEDA	CRA 29 N 45 64	RESTAURANTE EVENTOS SOCIALES	SOTOMAYOR
024307	ELCIDA HERNANDEZ LIZARAZO	CRA 22 N 47 21	RESTAURANTE	LA CONCORDIA
024388	RAUL GONZALEZ RAMIREZ	CLL 55 N 18 60	RESTAURANTE	LA CONCORDIA
024432	HENRY OSMA VEGA	CLL 36 N 32 72	RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS
024703	LUCIANO MORA LAGOS Y OTRA	CRA 15 N 22 26	RESTAURANTE WHISKERIA Y BOLO	GIRARDOT
024728	MARIO FLOREZ MURILLO	CLL 20 N 19 07	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
024942	DANIEL FARELO PALACIN	CC CABECERA IV ETAPA LC 501	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
025030	AZUCENA SUAREZ OLARTE	CRA 10 N 44 06	RESTAURANTE Y MICROMERCADO	GARCIA ROVIRA
025122	LUDWING ACUÑA GARCIA	CRA 22 N 45 18	RESTAURANTE	LA CONCORDIA
025150	WILSON RODRIGUEZ H.	DIAG 105 N 30 03	RESTAURANTE	ASTURIAS

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
025183	ALEJANDRO ORTIZ PRADA	CRA 23 N 11 73	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
025219	COCINA DONATELLO	CRA 33 N 35 29	RESTAURANTE	EL PRADO
025264	JARRI'S LIMITADA	CLL 33 N 31 115	RESTAURANTE Y COMIDAS RAPIDAS	LA AURORA
025314	AZUCENA SUAREZ OLARTE	CLL 18 N 13 38 40	RESTAURANTE	GAITAN
025376	ANGELA PICO ACEVEDO	CLL 33 N 25 49	RESTAURANTE	CENTRO
025500	ISAIAS PINZON ROJAS	CLL 31 N 25 30	RESTAURANTE DESAYUNADERO	CENTRO
026043	JAIRO ALARCON MARTINEZ	CRA 22 N 37 100	RESTAURANTE Y COMIDAS RAPIDAS	CENTRO
026116	CAROLILNA TANG CHIO	CRA 33 N 55 34	RESTAURANTE	CAMPESTRE
026143	CELMIRA GONZALEZ DE ARCINIEGAS	DIAG 15 N 45 82	RESTAURANTE Y LONCHERIA	CENTRO
026430	ARNULFO REYES CORREA	CL 52 N 17C 02	RESTAURANTE	LA CONCORDIA
026755	WILLIAM FIGUEROA	CLL 105 N 22 186	PIZZERIA Y RESTAURANTE	PROVENZA
026976	DELGADO LOPEZ OSCAR	CRA 21A N 105A 56	RESTAURANTE Y COMIDAS RAPIDAS	PROVENZA
026992	HERMELINA PUENTES DE BERNAL	CRA 33 N 34 42	RESTAURANTE	ALVAREZ
027279	JULIO CESAR VERA VERA Y OTRO	CLL 17 N 32 06	RESTAURANTE Y COMIDAS RAPIDAS	SAN ALONSO
027364	LUIS FERNANDO LEON NARANJO	CLL 37 N 33 41	RESTAURANTE	EL PRADO
027387	ORTIZ JOSEFINA	CRA 18 N 45 01	RESTAURANTE	CENTRO
027418	MARIA EUGENIA GUERRA DE AREVALO	CLL 105 N 24 07	ASADERO Y RESTAURANTE	PROVENZA
027692	MIGUEL ALFONSO ORDUZ CASTELLANOS	CRA 23 N 28 24	RESTAURANTE	ALARCON
027731	YOLANDA GONZALEZ	CC CABECERA III ETAPA LC 39	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
027766	OLGA CUBILLOS DE BAUTISTA	CRA 33 N 33 64	ALQUILER DE ENSERES Y RESTAURANTE	ALVAREZ
027916	EDUARDO GOMEZ CEPEDA	CRA 16 N 30 77	RESTAURANTE Y FUENTE DE SODA	CENTRO
028026	MARVILLA S.A.	CRA 27 N 17 25	RESTAURANTE	SAN ALONSO

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
028027	MARVILLA S.A.	CRA 27 N 17 35	RESTAURANTE DESAYUNADERO	SAN ALONSO
028028	MARVILLA S.A.	CRA 27 N 17 51	RESTAURANTE	SAN ALONSO
028066	HILDA RINCON PINZON	CRA 30 N 19 67	ASADERO RESTAURANTE	SAN ALONSO
028104	JOSE ELMER PEREZ	CRA 26 N 20 14	RESTAURANTE	ALARCON
02826	1HELI SANCHEZ	CLL 33 N 30 44	HOTEL RESTAURANTE	OLA AURORA
028278	WILLIAN CORREA ROMERO Y OTRA	CLL 41 N 14 61	RESTAURANTE	CENTRO
028293	MARIA BENILDA GARAVITO DE S	CRA 17C N 56 34	RESTAURANTE Y SALON DE BILLARES	RICAUARTE
028357	JOSE AUGUSTO SERPA URIBE	CRA 19 N 33 45 47	RESTAURANTE	CENTRO
028562	MARIA ELENA GOMEZ	DIAG 105 N 29 16	RESTAURANTE OSTRERIA Y SEVICHERI	ASTURIAS
028617	GLADYS PATRICIA TORRES R	CLL 34 N 18 44 LC 210 PISO 2	RESTAURANTE	CENTRO
028709	CLAUDIA SERRANO M.	CLL 48 N 33 45	RESTAURANTE	PIO XII
028740	HORACIO MARTINEZ MARTINEZ	CRA 23 N 8 03	RESTAURANTE	UNIVERSIDAD
028760	GRACIELA NINO DE PENA	CRA 16 N 104B 02	ASADERO RESTAURANTE	LAS DELICIAS
028838	FANNY VILLOBOS DE CEPEDA	CLL 38 N 32 25	WISQUERIA Y RESTAURANTE	EL PRADO
028907	CARMEN FLOR PAYARES HERNANDEZ	CL 34 N 14 18	TABERNA Y RESTAURANTE	CENTRO
028925	LUZ MARINA PENA DE GOMEZ	CRA 36 N 51 64	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
028941	WILLIAN GOMEZ MORA	CLL 14 N 15 17	RESTAURANTE	MODELO
028944	MARIO GARCIA SUAREZ	CRA 35 A N 51 109	RESTAURANTE Y MISCELANEA	CABECERA DEL LLANO
029165	NIDIA MOGOLLON GUTIERREZ	CLL 45 N 13 31	RESTAURANTE FUENTE DE SODA	CENTRO
029196	LUISA RANGEL SARMIENTO	CLL 31 N 20 16	RESTAURANTE	CENTRO
029354	CLELIA PEREZ ESTUPINAN	CLL 45 N 14 75	RESTAURANTE	CENTRO
029398	AURA STELLA MORAN BASANTE	CLL 13 N 23 32	RESTAURANTE VIDEO BAR	SAN FRANCISCO
029459	GABRIEL BARRETO CARO	CRA 36 N 52 80	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
029681	CIELO PA. CALDERON SERRANO	CLL 19 N 17 45	RESTAURANTE Y LONCHERIA	SAN FRANCISCO
029796	JORGE ARMANDO RUEDA SUAREZ	CRA 17 N 37 126/128	RESTAURANTE Y FUENTE DE SODA	CENTRO
029907	MARGI RODRIGUEZ RODRIGUEZ	TERMINAL DE TRANSPORTE MODULO 1 LC 416 PISO	RESTAURANTE	BUENO
029948	GERMAN ERNESTO LARA GUERRERO	CRA 14 N 41 76	RESTAURANTE Y LONCHERIA	CENTRO
029951	MARIA CUSTODIA BUITRON	CLL 31 N 20 16	RESTAURANTE	CENTRO
029976	COCOMAR LTDA	CLL 37 N 33 43	RESTAURANTE	EL PRADO
030144	FREDY ALFONSO PALOMINO ARAQUE	CLL 35 N 35 06	RESTAURANTE Y COMIDAS RAPIDAS	EL PRADO
030262	PABLO ENRIQUE ROJAS HERNANDEZ	CLL 45 N 14A 32	PIZZERIA Y RESTAURANTE	CHORRERAS DON JUAN
030275	MERCEDES LEON GALVIS	CLL 45 N 28 58	RESTAURANTE	SOTOMAYOR
030298	YANETH QUINTERO P	CRA 17C N 56 48	RESTAURANTE	RICAUARTE
030359	MARIO FERNANDO ARTEAGA CERON	CRA 15 N 32 36	RESTAURANTE	CENTRO
030432	REPRESENTACION ES DORO LTDA	CRA 36 N 44 35	RESTAURANTE	LAS AMERICAS
030455	ELFIDIA DEL CARMEN MARTINEZ	CLL 34 N 14 15	RESTAURANTE	CENTRO
030597	ANA ROSA DELGADO DE SARMIENTO	CLL 19 N 22 49	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
030686	TAMARINDO Y CIA LTDA	CRA 34 N 51 41	TABERNA RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
030772	MIGUEL PENARANDA	CRA 27 N 67 15	RESTAURANTE	LA SALLE
030775	HENRY OSMA VEGA	CRA 33 N 34 10	RESTAURANTE DESAYUNADERO DISCOTECA	LA AURORA
030807	LUIS ALFREDO TORRES ABRIL	CLL 38 N 33 35	ASADERO RESTAURANTE	EL PRADO
030967	LUIS FRANCISCO VERA ESPINOSA	CLL 56 N 28 36	RESTAURANTE	LA MERCED

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
030974	ELIZABETH GARCIA RODRIGUEZ	CLL 39 N 21 59	RESTAURANTE	BOLIVAR
031017	IGNACIO AMAYA MANTILLA	CRA 32 N 47 33	RESTAURANTE FUENTE DE SODA	SOTOMAYOR
031065	NORA ZENOBIA CORTES	CRA 9 N 34N 92	RESTAURANTE	CAFE MADRID
031133	LUIS FCO. CAICEDO PINEDA	CRA 11 N 22 52	RESTAURANTE Y FUENTE DE SODA	GIRARDOT
031254	NELLY BARRIOS CEPEDA	CRA 34 N 32 43	RESTAURANTE	EL PRADO
031374	MARIA ADARME Y LUIS PACHECO	CLL 29 N 15 51 LC 8	RESTAURANTE Y CAFETERIA	CENTRO
031392	CECILIA SANDOVAL RODRIGUEZ	CRA 31 N 31 04/06	RESTAURANTE	LA AURORA
031415	EDINSON VIRGILIO PARDO RAMIREZ	CRA 15 N 41 16	FUENTE DE SODA Y RESTAURANTE	CENTRO
031452	JORGE ELIECER LOPEZ	CLL 45 N 3 12	RESTAURANTE	CAMPOHERMOSO
031670	MONICA CELIS PRADA	CLL 35 N 17 49 LC 20	RESTAURANTE, CAFE, BAR	CENTRO
031710	ALVARO LEMUS GONZALEZ	CRA 36 N 42 81	RESTAURANTE Y PIZZERIA	SAN PIO
031724	LILIANA ANDREA BUSTOS PINTO	AVE LA ROSITA N 24 33	ASADERO RESTAURANTE	CHORRERAS DON JUAN
031733	LILIA GALVIS DE ULLOA	PARQUE INDUSTRIAL DIAG BDG ALMACAFE	RESTAURANTE	CHIMITA
031813	SANDRA HERRERA CELIS	CRA 33 N 44 04	BAR RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
031918	JAIME MANTILLA	CRA 29 N 48 21	RESTAURANTE	SOTOMAYOR
032068	RODRIGO ALVAREZ ORTIZ	CLL 19 N 15 31	RESTAURANTE	MUTUALIDAD
032159	YAQUELINE MACIAS RUBIANO	CLL 105 N 24 81	CAFETERIA VENTA DE ALMUERZOS Y COMIDAS RAPIDAS RESTAURANTE	PROVENZA
032163	DIANA CAROLINA MORENO APARICIO	CRA 33 N 44 12	BAR RESTAURANTE	NUEVO SOTOMAYOR
032176	CARMEN ROSA ROJAS AGUILAR	CRA 17 N 55 23	RESTAURANTE	RICAUORTE
032209	HERMANN ALFONSO JARAMILLO	CLL 36 N 13 23	ASADERO RESTAURANTE	CENTRO
032228	BELEN BLANCO GRASST	CRA 37 N 35 55	RESTAURANTE	EL PRADO
032232	FACUNDA MENDEZ DE MEDINA	CLL 33 N 20 31	RESTAURANTE Y LONCHERIA	ANTONIA SANTOS

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
032248	MARLENE ARGUELLO B. Y OTRO	CRA 30 N 32 44	ASADERO RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS
032341	MYRIAN SUSANA GAST PORRAS	CRA 15 N 30 46	ASADERO RESTAURANTE	CENTRO
032387	HOTEL Y RESTAURANTE BOCATA LTDA	CLL 56 N 17B 24 26	HOTEL RESTAURANTE	RICAURTE
032393	GLORIA CARDENAS	CLL 105 N 16A 38	RESTAURANTE	EL ROCIO
032437	YURI ALVAREZ Y MARTHA P.OVALLE	CLL 35 N 12 59	RESTAURANTE	CENTRO
032596	JOSE ABEL COCK OJEDA	CLL 22 N 21 03	LONCHERIA RESTAURANTE PIZZERIA	ALARCON
03263	9GONZALO MONDRAGON PRIETO	CRA 35 N 51 98	RESTAURANTE	OCABECERA DEL LLANO
032657	MARIA EUGENIA GUERRA DE AREVALO	CRA 21 N 17 06	ASADERO RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
032804	DORA MEJIA DE OROZCO Y OTRO	CLL 33 N 27 23/33	RESTAURANTE	LA AURORA
032890	LIBIA RUEDA OLAVE	CRA 17 N 22 67	RESTAURANTE DESAYUNADERO	ALARCON
032951	LUZ MARINA MARTINEZ SALAS	TERMINAL DE TRANS MODULO 3 LOC 409 -410	RESTAURANTE	BUENO
033038	MAXIMILIANO CARRENO TOVAR	CLL 105 N 21A 32	RESTAURANTE	PROVENZA
033143	MARTHA LILIANA CARVAJAL PENA	CLL 23 N 12 47	RESTAURANTE	GIRARDOT
033212	HECTOR LIBARDO SANABRIA GAMBOA	CRA 27 N 9 82	RESTAURANTE VENTA DE COMIDAS RAPIDAS	UNIVERSIDAD
033217	LINA MARIA VEGA PEREZ	CRA 17 B N 52 02	RESTAURANTE	RICAURTE
033268	KARINA GOMEZ LOZANO	CRA 12 N 21 28	RESTAURANTE	KENNEDY
033451	COTE JAIMES LUZ AMANDA	CRA 26 N 22 08	EXPENDIO DE COMIDA PREPARADAS EN RESTAURANTE A LA MESA	ALARCON
033455	GUSTAVO ALARCON ORDUZ	CRA 17 N 35 23	RESTAURANTE Y CAFETERIA	CENTRO
033573	ESPERANZA ORTIZ DE TRIANA	CRA 18 N 37 44	RESTAURANTE VIDEO BAR	CENTRO
033733	JUDITH SAAVEDRA ROCHA	CC MUNICIPAL LC 901	RESTAURANTE	CHORRERAS DON JUAN

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
033838	ENRIQUE APARICIO ANGARITA	CLL 45 N 14 83	RESTAURANTE	CHORRERAS DON JUAN
034125	PEDRO PABLO CACERES DIAZ	CLL 31 N 17 90	RESTAURANTE	CENTRO
034139	SERGIO MAURICIO GUTIERREZ RANGEL	CR 21 N 46A 07	RESTAURANTE	LA CONCORDIA
034261	LUIS ERNENSTO ARENAS APARICIO	CLL 27 N 80CC 53	RESTAURANTE FUENTE DE SODA	SANTANDER
034305	HECTOR M. AMADO AMADO	CRA 14 N 37 29	RESTAURANTE	CENTRO
034330	ARQUIMEDES ZAPATA GOMEZ	CRA 19 N 38 06	RESTAURANTE	CENTRO
034357	PEDRO FELIX RODRIGUEZ VARGAS	CRA 11 N 31 54	RESTAURANTE Y EVENTOS SOCIALES	CENTRO
034509	ANGEL YAMEL PARDO PRADA	CRA 24 N 31 74	RESTAURANTE	ANTONIA SANTOS
034526	ROSA BENITEZ REYES	CLL 18 N 13 17 LC 1	RESTAURANTE	GAITAN
034630	ALVARO ALBORNOZ AVENDANO	CLL 20 N 21 05	RESTAURANTE Y DESAYUNADERO	SAN FRANCISCO
034632	GLADYS MARIA MORA CASTRO	CLL 30 N 17 88	RESTAURANTE	CENTRO
034782	CLAUDIA CONSTANZA BORRERO FAJARDO	CLL 52 N 35A N 36	PIZZERIA Y RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
034802	SAUL FRANCISCO BARRIOS AMAYA	CRA 20 N 8 67	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
034836	MARTIN LARROTA GOMEZ	CRA 16 N 41 54	RESTAURANTE	CENTRO
034876	FERNANDO LOBOGUERRERO ALVARADO	CLL 59 N 17B1 18	RESTAURANTE	RICAUARTE
034954	CARMEN LIGIA MANRIQUE G.	CLL 37 N 35 55	RESTAURANTE VIDEO BAR	EL PRADO
034982	ESPERANZA ARDILA SUAREZ	CRA 13 N 20 75	RESTAURANTE	GIRARDOT
035239	FRANCISCO ANTONIO CARDENAS	CLL 35 N 21 20	RESTAURANTE Y CAFETERIA	CENTRO
035246	YANETH NAVARRO DIAZ	CRA 17 C N 56 19	RESTAURANTE Y WISKERIA	RICAUARTE

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
035339	ANA CLOVIS QUINTERO DE SUAREZ	CLL 30 N 16 28	RESTAURANTE Y FUENTE DE SODA	CENTRO
035352	ARTURO OSORIO CARRENO	CLL 53 N 23 71	RESTAURANTE	NUEVO SOTOMAYOR
035628	LIGIA QUINTERO GONZALEZ	CRA 21 N 47 23	TABERNA RESTAURANTE	LA CONCORDIA
035638	LUIS ANTONIO MONARES SUARES	CRA 27 N 12 20	RESTAURANTE PANADERIA	UNIVERSIDAD
035657	GLADYS STELLA PEREIRA	CRA 18 N 54 58	RESTAURANTE	RICAUARTE
035674	NOHORA STELLA CASTENEDA AVILA	CLL 33 N 24 12	PIZZERIA Y RESTAURANTE	CENTRO
035679	INES VALDERRAMA DE PUERTO	CLL 34 N 29 64	RESTAURANTE Y FRUTERIA	LA AURORA
035696	LIGIA CELMIRA DIAZ DIAZ	CRA 38 N 48A 59	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
035698	JOSE LIBANIEL VALENCIA GIRALDO	CRA 15 N 45 86	RESTAURANTE VIDEO BAR	CENTRO
035738	ENRIQUE DIAZ CAMACHO	CLL 33 N 32 30	BAR RESTAURANTE	LA AURORA
035756	NOHEMI CARRERO DE CORREA	KM 5 VIA A PAMPLONA	BAR RESTAURANTE	BUENAVISTA
035820	AZUCENA RODRIGUEZ CASTILLO	DIAG 105 N 105 16	TABERNA RESTAURANTE	DIAMANTE I
035895	FERNANDO ARIAS LOZADA	CLL 49 N 28 24	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
035929	FABIAN EDUARDO GONZALEZ CARRASCAL	CLL 56 N 32 68	RESTAURANTE	CONUCOS
035990	LI CHAOYANG	CLL 105 N 22 53	RESTAURANTE	PROVENZA
035995	ORTEGAST Y CIA LTDA	CRA 17 N 34 43	RESTAURANTE	CENTRO
036017	G.O.S. DISTRIBUIR ASOCIADOS LTDA	CRA 29 N 53 09	RESTAURANTE PARA LA VENTA DE PRODUCTOS CARNICOS Y SIMILARES	BOLARQUI
036058	SANDRA MARCELA PINTO SIERRA	TRANSVERSAL 29 N 104 107	RESTAURANTE DESAYUNADERO	ASTURIAS
036070	JARRIS LTDA	CLL 55 N 16 05	RESTAURANTE	GOMEZ NINO
036220	JOSE MILTON MESA DUARTE	CRA 33 N 36 36	RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS
036263	REYNANDO GARCES LUNA	CRA 13 N 22 45	RESTAURANTE Y CAFETERIA	GAITAN
036273	ALFREDO NINO ORTIZ	CRA 33 N 41 25	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
036289	PABLO ANTONIO PARRA ROMERO	CLL 14 N 23 14	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
036387	CARLOS ARTURO BARCENAS CUADROS	CRA 36 N 48 76	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
036395	HARDY ENRIQUE CARRENO JAIMES	CLL 105 N 22 124	TABERNA RESTAURANTE	PROVENZA
036484	JORGE EDUARDO GAMBOA O.	CRA 33 N 42 12 38	TABERNA RESTAURANTE	SOTOMAYOR
036516	BENITO CHAPARRO DIAZ	CLL 26 N 10N 37	RESTAURANTE LONCHERIA Y MINITEJO	KENNEDY
036531	JOSE DE JESUS MORALES CONTRERAS	TERMINAL DE TRANSPORTE MODULO 4 LC 406	RESTAURANTE	BUENO
036711	JUAN PABLO GOMEZ DIAZ	DIAG 15 N 59 60	RESTAURANTE DESAYUNADERO	RICAURTE
036857	GRUPO EMPRESARIAL ASOCI. LA 33 S.AS	CRA 33 N 44 27/33	TABERNA Y RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
036870	MARTHA YANETH GOMEZ ACERO	CLL 40 N 23 06	RESTAURANTE	CENTRO
036887	OLGA LUCIA ARUNGO GOMEZ	CRA 33 N 38 02	RESTAURANTE	EL PRADO
036981	ALVARO ALZATE HERNANDEZ	CLL 48 N 32 69	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
03705	5RUBEN LEONARDO CHAVEZ CORREDOR	CRA 29 N 48 31	RESTAURANTE	SOTOMAYOR
037172	LEYDY JOHANNA DIAZ CALDERON	CLL 56 N 17B 06	RESTAURANTE	RICAURTE
037208	HERNANDO VELASQUEZ REMOLINA	CLL 49 N 19 41	RESTAURANTE Y FUENTE DE SODA	LA CONCORDIA
037237	SANTIAGO FLOREZ QUEZADA	CLL 56 N 17 37	RESTAURANTE Y MISCELANEA	RICAURTE
037257	OLGA LUCIA MENDOZA	CLL 49 N 33 23	TABERNA RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
037339	JOAQUIN BARAJAS HERRERA	CLL 45 N 18 23	RESTAURANTE	CENTRO
037467	TORRES ABRIL LUIS ALFREDO	CLL 33 N 30 62/68	ASADERO RESTAURANTE	LA AURORA
037472	LEONOR NARANJO DE ISIDRO	CLL 8 N 18 65	RESTAURANTE	COMUNEROS
037475	CARLOS AUGUSTO RUEDA RUEDA	CLL 35 N 30 27/25	RESTAURANTE Y LONCHERIA	MEJORAS PUBLICAS

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
037551	EDGAR CESPEDES RAMIREZ	CLL 56 N 32 77	RESTAURANTE	BOLARQUI
037651	MARIA EUGENIA GUERRA DE AREVALO	CRA 32 N 49-126	ASADERO RESTAURANTE	ANTIGUO CAMPESTRE
037652	ARMANDO OSPINA SAFY	CRA 29 N 48 30 LC 7	RESTAURANTE	SOTOMAYOR
037667	JANNETH CCILIA SALCEDO V	CRA 31 N 34 28	RESTAURANTE Y FUENTE DE SODA	MEJORAS PUBLICAS
037745	MARIA HILDA ALFONSO	CRA 22 N 104 44	RESTAURANTE	PROVENZA
037807	ROSALBA CABARCAS GALVIS	CRA 17 N 47 109	RESTAURANTE	LA CONCORDIA
037820	FREDDY URIBE MARTINEZ	CR 18 53 09	RESTAURANTE Y CAFETERIA	LA CONCORDIA
037857	ALCIRA NARANJO DE OCHOA	CLL 41 N 18 21	RESTAURANTE	CENTRO
037876	IDINAEEL PENA	CLL 44 N 9 88	RESTAURANTE	GARCIA ROVIRA
037890	DORIS PABON	CLL 61 N 17C 84	RESTAURANTE	LA CEIBA
037992	PEDRO JULIO GARCIA BARRAGAN	CLL 45 N 19 64	ASADERO RESTAURANTE	LA CONCORDIA
038011	VIRGELINA TORRES CAPERA	CENTRO ABASTOS LC 2 103 PISO 2 BDG 6	RESTAURANTE	CHIMITA
038032	ELSA ROJAS PULIDO	CRA 17 N 22 52	RESTAURANTE	ALARCON
038115	ESPERANZA SAENZ PINZON	CLL 45 N 13 65	RESTAURANTE	CHORRERAS DON JUAN
038126	FERNANDO ARDILA BECERRA	CRA 33 N 52 51	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
038157	RAMON ORJUELA	CRA 27 N 19 11	RESTAURANTE Y LONCHERIA	SAN ALONSO
038209	BARRERA TELLEZ RUTH LILY	AVE EL JARDIN N 43	RESTAURANTE	EL JARDIN
038241	HIGUERA & SANTAMARIA LTDA	CLL 34 N 32 09	BAR RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS
038389	JAIRO LOZADA	CRA 22 N 11 84	RESTAURANTE Y CAFE CONCIERTO	SAN FRANCISCO
038466	NELSON FABIAN ZARATE LESMES	CRA 4 A N 35 15	ASADERO RESTAURANTE	ALFONSO LOPEZ
038481	LUZ HELENA PICO RINCON	CRA 33 N 52B 12	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
040760	ZHANG CAIXIA	CLL 35 N 34 80	RESTAURANTE DE COMIDA CHINA	EL PRADO
041128	NELLY RUTH MORENO MORENO	CRA 21 N 46A 32	RESTAURANTE Y CAFETERIA	LA CONCORDIA

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
041459	CLAUDIA MILENA LUNA	CRA 31 N 33 52	DISCOTECA RESTAURANTE Y ALQUILERES	LA AURORA
041461	SIXTA TULIA CUBIDES S.A.	CRA 7 N 22 73	RESTAURANTE	GIRARDOT
041575	EL PALACIO VEGETARIANO LTDA	CLL 35 N 32 86	RESTAURANTE VEGETARIANO	MEJORAS PUBLICAS
041596	HELY VARELA BUITRAGO	CLL 21 N 14 61	RESTAURANTE Y CAFETERIA	GAITAN
041676	RAUL SUAREZ TARAZONA	CRA 29 N 44 80	RESTAURANTE Y HELADERIA	SOTOMAYOR
041749	RUBY ALEXANDRA GARCIA HERNANDEZ	CRA 33 N 100 04	RESTAURANTE - CAFE	LA LIBERTAD
041755	ALVARO NELSON DALLOS ARENALES	CLL 45 N 29 17	RESTAURANTE	SOTOMAYOR
041773	EMILSE VELASCO MARTINEZ	CRA 36 N 36 16	RESTAURANTE	EL PRADO
041897	JORGE EDUARDO MERCHAN FRANCO	TRANSVERSAL 29 B N 104 72	BAR RESTAURANTE	ASTURIAS
042055	NELCY GOMEZ ASCENCIO	CRA 55 N 03 38	RESTAURANTE	MIRAFLORES
042171	KATHY LILIANA FLOREZ RAMIREZ	CRA 36 N 38 02	BAR RESTAURANTE	EL PRADO
042178	JUAN JOSE JAIMES PORRAS	CLL 34 N 30 28	RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS
042387	JUAN MANUEL PEREIRA MONOGA	AVE LOS BUCAROS N 3 115 LC 20	TABERNA RESTAURANTE	CIUDADE. REAL DE MINAS
042389	ROBERTO GOMEZ FLEITES	CLL 53 N 27 43	RESTAURANTE	SOTOMAYOR
042414	ESPERANZA BELTRAN	CRA 27 N 40A 01	RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS
042557	ALIRIA APARICIO PICO	AVE EDUARDO SANTOS N 28 24	RESTAURANTE Y FUENTE DE SODA	SAN ALONSO
042578	GRAN MONTE BLANCO	CRA 27 N 33 68	RESTAURANTE	CENTRO
042583	DORIS JUDITH VIOLA VALDES	CRA 33 N 36 03	RESTAURANTE Y ASADERO	LA AURORA
042686	ALVARO GARCIA FRANCO	CLL 51 A N 15 130	RESTAURANTE Y LONCHERIA	SAN MIGUEL
042851	HERNAN SUAREZ	CLL 56 N 16 47	RESTAURANTE	RICAUARTE
042911	MARIA ANGELA CORZO SIERRA	CRA 17B N 53 16	LONCHERIA Y RESTAURANTE	RICAUARTE
042963	VICTOR LIDIAN MONTERO	CLL 33 N 20 59	RESTAURANTE	CENTRO

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
043007	TRINIDAD MUNOZ DE CHAPARRO	KM 4 VIA GIRON COSTADO NORTE	DISCOTECA-RESTAURANTE-APARTA-HOTEL	BUENO
043033	JORGE ENRIQUE NUNEZ RODRIGUEZ	DIAG 31 N 53 82	RESTAURANTE Y CAFETERIA	SOTOMAYOR
043065	EDGAR HERNANDEZ GOMEZ	CLL 55 N 17A 92	BILLARES RESTAURANTE	RICAURTE
043073	LUCILA VESGA ROMERO	CRA 18 N 30 37	RESTAURANTE	CENTRO
043176	JOSE DOMINGO MONROY SILVA	CRA 33 A N 30 13	RESTAURANTE	QUINTA DANIA
043234	HERNAN JAVIER JAIMES URIBE	CRA 33 N 34 34	BAR RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS
043371	CARLOS JAVIER PARRA SUAREZ	CLL 16 N 12 75	RESTAURANTE	GAITAN
043442	JOSE LUIS ARRIETA TORRES	CLL 55 N 17A 39	RESTAURANTE	RICAURTE
043513	JESUS ALIRIO COSSIO	CLL 50 N 28 53	RESTAURANTE	SOTOMAYOR
043522	TITO GARCIA ROMAN	CLL 34 N 18 44 LC 210	RESTAURANTE	CENTRO
043587	LEONEL URIBE BELTRAN	CC CABECERA IV ETAPA LC 516 PISO 5	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
043588	LEONEL URIBE BELTRAN	CC CABECERA IV ETAPA LC 515 PISO 5	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
04370	7ELIZABETH CASTELLANOS	CLL 45 N 14 14	RESTAURANTE	CHORRERAS DON JUAN
043770	HUGO BONILLA CARVAJAL	CRA 22 N 45 39	RESTAURANTE	CENTRO
043773	OSORIO SARMIENTO ANDRES FABIAN	CR 16 34 23 PIS 03	SERVICIO RESTAURANTE TABERNA	CENTRO
043775	MARLENE CARRASCAL QUINTERO	CLL 33 N 22 30	RESTAURANTE	ANTONIA SANTOS
043850	ANA EDITH BECERRA	CRA 14 N 16 39	RESTAURANTE - CANCHAS MINITEJO - FUENTE DE SODA	GAITAN
043893	CUADRADO DE COTES LILIANA ESTHER	CLL 45 N 8 41/67	RESTAURANTE	ALFONSO LOPEZ
043988	OLGA ROCIO ABRIL MANTILLA	CLL 105 N 24 135	RESTAURANTE TABERNA	PROVENZA

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
044066	EDUARDO ENRIQUE FLOREZ MALDONADO	CLL 105 N 21 141	RESTAURANTE Y CAFETERIA	PROVENZA
044098	MARIA JANETH RODRIGUEZ ARIZA	CLL 67 N 16 12	ASADERO Y RESTAURANTE	LA VICTORIA
044137	KATIA JIMENEZ SIDERAL	CRA 27 N 12A 23	RESTAURANTE	UNIVERSIDAD
044200	INGRID PAOLA ALVAREZ ARDILA	CRA 34 N 51 78	BAR RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
044254	ALFONSO AUGUSTO DELGADO ROJAS	CRA 22 N 39 11	CAFETERIA Y RESTAURANTE	CENTRO
044293	RITA ELISA FLOREZ FLOREZ	TERMINAL DE TRANSPORTE M 4 LC 405	RESTAURANTE LONCHERIA CAFETERIA	VENECIA
044333	ANA LUCIA RUEDA DE TORRES	CLL 23 N 12 45	RESTAURANTE	GIRARDOT
044344	LIBARDO LAGOS RUIZ	CLL 31 N 17 97	PARQUEADERO Y RESTAURANTE	CENTRO
044355	JENNY JAZMIN PALOMINO OLARTE	CLL 20 N 20 06	FUENTE DE SODA Y RESTAURANTE	ALARCON
044429	LUZ MARINA OSMA FAJARDO	CC ACROPOLIS	ASADERO Y RESTAURANTE	CIUDADE REAL DE MINAS
044462	DENG BAOYI	CRA 33 N 58 04/10	RESTAURANTE DE COMIDA CHINA E INTERNACIONAL	CONUCOS
044478	LUIS ANTONIO RINCON GRANADOS	CRA 36 N 42 30	RESTAURANTE	EL PRADO
044503	LUCILA RICO L	CRA 17 N 5988	RESTAURANTE BAR	RICAURTE
044514	CLAUDIA PATRICIA CHACON BUENO	CLL 61 N 17E 05	LONCHERIA RESTAURANTE	RICAURTE
044521	OLGA LUCIA BARAJAS	CLL 61 N 16 38	RESTAURANTE Y CAFETERIA	LA CEIBA
044713	ROSA MARGARITA NOVA PARRA	CLL 33 N 11 17	RESTAURANTE	GARCIA ROVIRA
044730	ODIMAR DE ALBA CASTAÑO	CLL 30 N 16 59	RESTAURANTE	CENTRO
044778	ANIBAL ALVAREZ GONZALEZ	CRA 19 N 29 09	RESTAURANTE Y CAFETERIA	CENTRO
044834	CLAUDIA PATRICIA MORALES	CLL 27 N 6 78	RESTAURANTE	GIRARDOT
044860	ANTONIO MARIA NAVAS PLATA	CONEXION AUT. FLORIDA TRANSV ORIENTAL CL 90 ESQ.	RESTAURANTE	LA PEDREGOZA
044998	CECILIA ACEVEDO PEREZ	CLL 49 N 27A 47	RESTAURANTE	SOTOMAYOR

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
045011	WILSON EDUARDO ARIZA GUIZA	CLL 93 N 29 94	RESTAURANTE BAR	CIUDADE REAL DE MINAS
045017	ANGEL MAURICIO BURGOS SALAZAR	CRA 33 B N 31 07	RESTAURANTE	QUINTA DANIA
045173	RAQUEL NUÑEZ PEÑA	CLL 17 N 24 76	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
045222	CELINA CARDENAS DIAZ	CR 9 N 25 16	RESTAURANTE	GIRARDOT
045493	ELKYN HERNANDO FLOREZ LUNA	CLL 44 N 29 33	CAFE RESTAURANTE	SOTOMAYOR
045557	JEYMEE BIBIANA ESTEVEZ DIAZ	CL 36 N 24 04	FUENTE DE SODA Y RESTAURANTE	CENTRO
045626	BEATRIZ RODRIGUEZ RODRIGUEZ	CRA 17 N 22 34	RESTAURANTE	CENTRO
045807	NYDIA SAAVEDRA DIAZ	TRANSV. METROPOLITANA N 103A 15	RESTAURANTE-PARRILLADA	VILLA ALICIA
045811	MARIELA BUENO BAYONA	CLL 49 N 33 37	RESTAURANTE Y FRUTERIA	CABECERA DEL LLANO
045819	MARTHA LUZ QUINTERO LOPEZ	CLL 42 N 9 80	RESTAURANTE CAFETERIA	ALFONSO LOPEZ
045926	ALIX MARINA FLOREZ ORTIZ	CRA 32 N 30 12	RESTAURANTE DESAYUNADERO	LA AURORA
046095	LEONARDO CABALLERO CORREA	CRA 27 N 10 14	RESTAURANTE, BAR	UNIVERSIDAD
046102	RAUL FERNANDO RODRIGUEZ PIMIENTA	CLL 40 N 28 54	RESTAURANTE CAFE CONCIERTO	MEJORAS PUBLICAS
046228	CARLOS EDUARDO MORENO URIBE	CRA 36 N 48 70	RESTAURANTE SALON DE EVENTOS	CABECERA DEL LLANO
046248	MARIA MARISOL PEREZ DELGADO	CRA 14 N 37 85	RESTAURANTE	CENTRO
046267	SERGIO MENDOZA	CRA 34 N 34 09	RESTAURANTE	EL PRADO
046305	NUBIA FLOREZ VESGA	CLL 23 N 14 22	RESTAURANTE	GIRARDOT
046346	JOSE GABRIEL LOPEIRA BUITRAGO	CALLE 42 N 33 31	RESTAURANTE BAR	EL PRADO
046372	MARIA LUISA PEÑA DE ORTIZ	CARRERA 27 N 35 63	LONCHERIA RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS
046480	GERMAN ALFONSO GUTIERREZ PARRA	CALLE 52 N 36 26	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
046509	CHAPARRO LEON MIREYA	CLL 32 N 21 05	RESTAURANTE	ANTONIA SANTOS
046542	JOSE ALAIN JAIMES JAIMES	CALLE 29 N 12 04	RESTAURANTE	GIRARDOT
046820	ALFONSO RUEDA S.	CLL 33 N 20 65	RESTAURANTE POPULAR	CENTRO
046869	LUZ HELENA BALLESTROS PICO	CRA 35A N 49 55 LC.518	RESTAURANTE DE COMIDAS RAPIDAS	CABECERA DEL LLANO
046894	OSCAR VELASQUEZ PATIÑO	CRA 27 N 20 03	RESTAURANTE	SAN ALONSO
046947	CESAR FERNANDO NAVARRO	CLL 37 N 14 43	CAFETERIA Y RESTAURANTE	CENTRO
046974	BUENO JAIMES JORGE E.	CRA 26A N 10 07/11	RESTAURANTE	UNIVERSIDAD
047018	REPRESENTACION ES POMPEYA LTDA	CLL 42 N 33 31	RESTAURANTE BAR	EL PRADO
047042	LEYDY MARIA HERNANDEZ SOLANO	CLL 9 N 18 79	RESTAURANTE	COMUNEROS
047209	GOMEZ CHAVEZ LINA MARITZA	CRA 29 N 42 35	RESTAURANTE CAFE	NUEVO SOTOMAYOR
047218	RICHER MIGUEL ARBOLEDA BEDOYA	CRA 15 N 45 82	BAR RESTAURANTE	CENTRO
047294	RESTAURANTE MERCAGAN PARRILLA S.A.S.	CRA 33 N 42 12	RESTAURANTE DESAYUNADERO	CABECERA DEL LLANO
047357	GLADYS CABRERA LOMBANA	CLL 45 N 9 OCC 11	LONCHERIA Y RESTAURANTE	CAMPOHERMOSO
047514	EDGAR ANTONIO ELJAIK	CLL 44 N 29A 21	RESTAURANTE CAFE	SOTOMAYOR
047575	JORGE ALBERTO ROMERO ALVARADO	PASAJE SDER LC 11 P 2	COMIDAS RESTAURANTE JUEGOS CARTAS	CENTRO
047751	ELIDE RUIZ F.	CLL 31 N 33B 18	RESTAURANTE Y CAFETERIA	QUINTA DANIA
047806	JOSE ORLANDO HUERTAS HUERTAS	CRA 22 N 22 73	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
047898	MARDELEVA LTDA	CRA 30 N 53 23	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
04802	9LUIS EMILIO DURAN DURAN	AVDA EDUARDO SANTOS 28 141	RESTAURANTE FUENTE DE SODA Y BAR	OSAN ALONSO
048066	RESTAURANTE MERCAGAN PARRILLA S.A.S	CRA 34 N 44 84	RESTAURANTE	SAN PIO

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
048116	TERESA OCHOA	CRA 9A OCC N 44 126	RESTAURANTE	CAMPOHERMOSO
048196	ISAIAS GONZALEZ VALERO	CLL 37 N 17 29	RESTAURANTE,CAFETRIA Y BAR	CENTRO
048205	OMAR AGREDO	CRA 32 N 33 11	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
048234	RESTAURANTE JOSE DOLORES Y CIA LTDA	CRA 31 N 52B 160	RESTAURANTE Y PARQUEOS PRIVADOS	SOTOMAYOR
048283	ALIRIO RIANO ACELAS	CENTROABASTOS BODEGA 6 LC 2 104	RESTAURANTE	CHIMITA
048304	HO SAM LEE	CLL 52 N 31 119	RESTAURANTE	
048328	JUAN ALBERTO ARIAS MUTIS	CRA 19 N 45 34	RESTAURANTE	CENTRO
048364	SUPERBOCAS E.U	CLL 48 N 33 39	RESTAURANTE BAR	CABECERA DEL LLANO
048850	JAVIER RICARDO JIMENEZ VALENZUELA	CLL 70 N 33 376	RESTAURANTE BAR	LOS GUAYACANES
048993	WU DALIN	CRA 27 N 18 45	RESTAURANTE	SAN ALONSO
049138	EDGAR ENRIQUE PARDO PRADA	CLL 33 N 18 36 LC 148 BUCACENTRO	CAFETERIA Y RESTAURANTE	CENTRO
049273	SALVADOR CONTRERAS TORRES	CR 33 105 92 LOC 200	RESTAURANTE Y CAFETERIA	ASTURIAS
049793	DAGOBERTO DIAZ F.	CRA 17 N 55 23	RESTAURANTE	RICAUARTE
050021	LUZ FANNY AGUILAR BARRERA	CR 14 N 42 21	RESTAURANTE	CENTRO
050039	JUAN DE DIOS AMAYA MARTINEZ	CLL 105 N 15B 59	ASADERO RESTAURANTE	LAS DELICIAS
050049	CARLOS ALBERTO OJEDA MEZA	CLL 35 N 13 83	RESTAURANTE	CENTRO
050154	BETSABETH DEL REAL PALLARES	CLL 30A N 33 16	RESTAURANTE VENTA DE COMIDAS	LA AURORA
050193	OLGA GOMEZ RAMOS	CLL 55 N 17A 03	SERVICIO DE RESTAURANTE	RICAUARTE
050432	ZORAIDA DURAN GOMEZ	CRA 18 N 33 10	RESTAURANTE	CENTRO
050434	DIEGO FABIAN PARRA PABON	CRA 32 N 48 59	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
050459	CHAPARRO GOMEZ VICTOR MANUEL	CR 22 N 56 52	RESTAURANTE CANCHAS DE BOLO Y TEJO TABERNA	NUEVO SOTOMAYOR
050476	GLADYS ELENA ALVIAR NIETO	HOSPITAL GONZALEZ VALENCIA PS 2	RESTAURANTE	CENTRO

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
050507	JORGE CALA	CL 47 N 14*58	RESTAURANTE	CHORRERAS
050567	OLGA LUCIA DELGADO GUEVARA	CRA 33 52 51	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
050936	CLARA INES SILVA MUÑOZ	AV. BUCAROS OESTE N 3 133 LC 16	RESTAURANTE	CIUDADE REAL DE MINAS
051141	IDINAELE ENRIQUE ESPINOSA DUEÑAS	CL 61 N 17A 84	RESTAURANTE	LA CEIBA
051173	JORGE FERNANDO SERRANO MORA	CL 44 N 29A 21	RESTAURANTE BAR	EL PRADO
051253	LILIA FERNANDEZ RINCON	CR 24 N 89 08	RESTAURANTE COMIDAS RAPIDAS Y LICORES	DIAMANTE II
051267	MARITZA QUTIAN GAMBOA	AV. EDU.SANTOS N 28 40	RESTAURANTE	SAN ALONSO
051509	ALVARO ANGARITA	CR 20 33 79	RESTAURANTE	CENTRO
051670	LUIS JESUS SEPULVEDA	CL 29 N 15 51	RESTAURANTE	CENTRO
051930	QUIJANO MARTINEZ CARLOS ANDRES	CR 16 N 59 147	RESTAURANTE	GOMEZ NINO
052629	HOTEL RUITOQUE S.A.S	CR 19 N 37 26	HOTELERIA Y RESTAURANTE	CENTRO
052636	MARGARITA RINCON PARRA	CL 21 N 15 64	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
052793	MAYERLY PABON NUNEZ	CR 23 N 28 24	RESTAURANTE	ALARCON
052933	MIREYA GELVEZ PARADA	CLL 12 N 23 21	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
052951	JORGE EDUARDO VILLAREAL CAPACHO	CRA 27 N 10 35	RESTAURANTE	UNIVERSIDAD
053098	EMILCE CABALLERO LIZARAZO	T. TRANSPORT MD 2 LC 405 PS 2	RESTAURANTE LONCHERIA	FONTANA
053220	LUZ ANGELA CUELLAR	CR 14 N 37 43	RESTAURANTE	CENTRO
053347	LUIS HORACIO GOMEZ DAVILA	CRA 18 N 30 37	RESTAURANTE	CENTRO
053376	LEONEL URIBE BELTRAN	C.C. CABECERA IV	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
053787	ADRIANO PACHECO PACHECO	CR 17C N 56 70	RESTAURANTE	RICAUARTE
053804	ALBERTO ROJAS ESCOBAR	CL 56 N 28 70	COMIDAS RAPIDAS Y RESTAURANTE	LA MERCED

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
053838	DORIS CECILIA GUARGUATI CRUZ	KM 9 VIA A PAMPLONA	RESTAURANTE	SANTA BARBARA
053970	SUAREZ HERNANDEZ CARLOS FERNANDO	CRA 33 N 54 113	RESTAURANTE FUENTE DE SODA	CABECERA DEL LLANO
054086	LETICIA HERNANDEZ DE ESLAVA	CLL 44 N 33 18	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
054122	YANETH RODRIGUEZ PARADA	C 44 33 18 BR CABECERA DEL LLANO	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
054222	ALEJANDRO MORALES	CL 35 N 35 06	RESTAURANTE - PIZZERIA	EL PRADO
054263	DOMINGO BARRIOS GOMEZ	CRA 30 N 64 50	RESTAURANTE	PUERTA DEL SOL
054274	SILVIA JOHANNA UTRERA ROSALES	K 35A 48 126	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
054351	SANDRA JOHANNA TAPIAS	CR 35 N 48 77	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
054408	SILVIA MARCELA DAZA RUIZ	CRA 34 N 52 25	RESTAURANTE BAR	CABECERA DEL LLANO
054450	MIGUEL ANGEL SANCHEZ BECERRA	CRA 30 N 31 51	RESTAURACION DE MUEBLES	LA AURORA
054651	MARTHA ZULAY NUÑEZ PEDARANDA	CL 34 N 32 09	RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS
054687	YOLANDA ORTIZ VESGA	CL 13 29 55	RESTAURANTE	UNIVERSIDAD
054716	YULY YEXENY HOYOS DIAZ	CL 25 N 7 44	RESTAURANTE Y MINITEJO	GIRARDOT
054739	MELIDA AVILA HIGUERA	CRA 11 N 16 16	RESTAURANTE	GAITAN
054820	PEDRO JOSE VARGAS GUERRERO	C 28 17A 19 BR GRANADA	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTE	ALARCON
054955	CESAR LEONARDO BLANCO	CL 16 N 23 50	PANADERIA Y RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
054965	SOFIA CRISTINA SERRANO JIMENEZ	AV.QUEBRA SECA N 11 92	RESTAURANTE Y FUENTE DE SODA	GIRARDOT
055061	RICARDO HAZAEL CARRASQUILLA CARRASQUILLA	A GONZALEZ VALENCIA 55B 74 BR BOL	CAFE RESTAURANTE	BOLARQUI

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
055124	OLGA CECILIA FAJARDO DE SUAREZ	CR 33 N 54 133	PIZZERIA Y RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
055173	TITI JULIANA BERNAL RODRIGUEZ	CR 27 N 42 53	RESTAURANTE	SOTOMAYOR
055543	MI PAIS SAS	CL 52 N 34 12	RESTAURANTE - DISCOTECA	CABECERA DEL LLANO
05563	2DANIEL ACEVEDO GOMEZ	CL 34 N 32 23	SERVICIO DE RESTAURANTE Y DESAYUNADERO	OLA AURORA
055650	ORTIZ TORRES FABIAN LEONARDO	CRA 29A N 44 23	RESTAURANTE CAFE	SOTOMAYOR
055666	MARCO ANTONIO SERRANO	CRA 33 N 42 48/54	RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS
055969	MYRIAM SILVA PIMIENTO	CLL 33 N 32 92 BR MEJORAS PUBLICAS	HOTEL - RESTAURANTE	LA AURORA
056013	NOHORA PATRICIA GUTIERREZ ALVAREZ	CRA 21 N 54 39	RESTAURANTE	LA CONCORDIA
056126	CLAUDIA MILENA NIÑO NUÑEZ	CRA 33 N 35 41	RESTAURANTE	EL PRADO
056179	LUZ YANETH GARCIA BLANCO	CRA 35 N 51 40	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
056203	ROMUALDO TRINCHERA	CLL 56 N 32 68	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
056215	ESTEBAN JOSE VARGAS BAUTISTA	CLL 48 33 39	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
056413	COMPAÑIA COMERCIAL E INDUSTRIAL LA SABA	CLL 48 N 33 08	SERVICIO DE RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
056545	ORTIZ ROBLES ALBA LUCIA	CRA 33 N 38 35	RESTAURANTE	EL PRADO
056877	EDELBERTO AMAYA	CRA 33 N 47 59	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
056945	JAVIER ASCANIO RODRIGUEZ	CRA 16 N 20 79	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
056976	I.R.C.C. LIMITADA	VIADUCTO LA FLORA FRENTE AL ESTADIO LOCAL 5 ALMACEN EL VIVERO	RESTAURANTE	TEJAR MODERNO
057117	ERASMO RAMIREZ GUTIERREZ	VIA PALENQUE CAFE KM 2 100 MTRS	DESAYUNADERO RESTAURANTE	CHIMITA

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
057206	NUBIA AZUCENA PORRAS RUEDA	CLL 35 N 1767 L 109	RESTAURANTE	CENTRO
057233	LUDWING JOHANN UTRERA REYES	CLL 15 N 23 04	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
057241	SANDRA MORENO	CRA 27 N 45 79	RESTAURANTE COMIDAS MEXICANAS	SOTOMAYOR
057262	JAIME AUGUSTO RODRIGUEZ GARCIA	CRA 27 N 36 19 LC 128	RESTAURANTE	CENTRO
057385	ISMENIA MENDEZ COMICS PIZZA	VIADUCTO LA FLORA TRANS ORIENTAL N 92 218 L-7 VIVERO	RESTAURANTE	PORTON DEL TEJAR
057429	EFRAIN SANABRIA CASRELLANO	CALLE 37 N 32 71	RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS
057510	LUZ MARY DIAZ	CL 24 N 6 05	RESTAURANTE	GIRARDOT
057546	JOHANA GAMEZ Y LUZ MARI LEON	CALLE 28 N 15 17	COMIDAS PREPARADAS LLEVADAS ALA MESA RESTAURANTE	CENTRO
057575	AILEEN ZULENY CALDERON B.	CRA 7 N 25 41	RESTAURANTE	GIRARDOT
057629	CARMEN ROSA BARAJAS DE JIMENEZ	K 33 52 103 CABECERA DEL LLANO	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
057723	AURA VENCE PISCIOTTI	CL 105 N 21 135	RESTAURANTE	PROVENZA
057865	MIGUEL ENRIQUE ROJAS COTE	CALLE 56 29 95 LOCAL 3	RESTAURANTE	BOLARQUI
057869	JOSE MATEUS ROJAS	DIAG 15 N 45 218 LOCAL 10 E	RESTAURANTE	RICAURTE
058337	JORGE ELIECER PEDA TARAZONA	CENTRO COMERCIAL SANANDRESITO CENTRO P 5	RESTAURANTE	CENTRO
058339	MARIA DEL PILAR ARRIETA MADRID	DIAG 15 N 45 143 L- C 78	RESTAURANTE Y CAFETERIA	CENTRO
058340	MARIA YANED OLARTE	CRA 17C N 55 56	SERVICIO DE RESTAURANTE	RICAURTE
058541	NANCY ACEVEDO PEREIRA	CLL 45 N 27A 33	RESTAURANTE	SOTOMAYOR
058706	CIRO ALFONSO GOMEZ RAMIREZ	CRA 20 N 20 05	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
058723	AVIDESA MAC POLLO S.A	CR 35A 49 07 LOC 518 CC CABECERA IV	EXPENDIO POR AUTOSERVICIO DE COMIDAS PREPARADAS PARA RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
058730	ANA MARIA RUIZ COLMENARES	CLL 12A N 23 22	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
058836	ANA MARIA REY CAMARGO	UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER	CAFETERIA RESTAURANTE	UNIVERSIDAD
058837	DIEGO FERNANDO ROJAS COTE	UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER	CAFETERIA RESTAURANTE	UNIVERSIDAD
059379	MIGUEL HUMBERTO BADILLO CELIS	CLL 33 N 32 06	DISCOTECA RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS
059410	DIANA YORIET CARDOZO NARANJO	CRA 33 N 36 57	RESTAURANTE BAR	EL PRADO
059539	BLADIMIR MARTINEZ	CRA 17 N 33 51 LC 228-229-230	RESTAURANTE	CENTRO
059584	INVERSIONES MORALES SALGADO S.A.S.	CLL 44 N 29 A 12	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
059589	CASTELLANOS MEJIA CARMEN ELISA	CLL 45 N 27 43/47	RESTAURANTE	NUEVO SOTOMAYOR
059686	WILLIAM FERNEY PARRA DOMINGUEZ	CLL 33 N 27 23	RESTAURACION Y VENTA DE MUEBLES Y CORTINAS	LA AURORA
059780	ALEXIS GUSTAVO GUERRERO CALVETE	CLL 30A N 33 16	RESTAURANTE, COMIDAS RAPIDAS Y FRUTERIA	GALAN
059851	AMINTA RODRIGUEZ DE ANGARITA	C 36 15 28 L 1	CAFETRIA Y RESTAURANTE	CENTRO
059866	RAUL GOMEZ CARDENAS	CRA 15 N 24 93	RESTAURANTE	ALARCON
060089	ROSA NILFA ALVAREZ ARGUELLO	CRA 16 N 7 75	RESTAURANTE	COMUNEROS
060175	CARMEN PRADA ORTIZ	CLL 8 N 21 78	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
060332	JHON FRANKLIN MUÑOZ	CRA 33B 31 07 INT.1	RESTAURANTE (552100)	QUINTA DANIA
060390	HEBER VILLA ESCOBAR	CRA 27 N 11 67/69	FUENTE DE SODA Y RESTAURANTE	UNIVERSIDAD
060887	GLADYS MACIAS LUNA	CRA 27 11 69	RESTAURANTE	UNIVERSIDAD
060978	GENNY RUEDA BAUTISTA	CLL 30A N 33B 40	RESTAURANTE	GALAN
061036	MARIA DEL PILAR GARCIA PEDARANDA	K 27 48 67 BR SOTOMAYOR	RESTAURANTE	SOTOMAYOR

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
061077	FLOR DE MARIA CONTRERAS QUINTANA	K 18 22 28	RESTAURANTE	ALARCON
061121	HONORIO GARCIA VILAR	CLL 14 N 30 58	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
061250	MARIO FLOREZ MORENO	C 34 21 19 BR ANTONIA SANTOS	RESTAURANTE	CENTRO
061377	LEONARDO MAURICIO GOMEZ AYALA	CLL 12A 23 75	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
061418	MIREYA CRISTANCHO SANTOS	CLL 34 32 14	RESTAURANTE DDESAYUNADERO	MEJORAS PUBLICAS
061457	MARCIAL JHOVANY JIMENEZ SANCHEZ	CRA 34 44 79	VENTA DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTE/ESPECIALIDAD EN CARNES Y PASTAS	EL PRADO
061752	ROSA HELENA CALDAS BARRERA	K 10 43 58 AP 101 TO 1 CONJ RES EL	RESTAURANTE	GARCIA ROVIRA
062038	ARCHIE S COLOMBIA S.A.S.	C 42 33 11 BR EL PRADO	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS RAPIDAS EN RESTAURANTE	EL PRADO
062462	I.R.C.C. LTDA	CR 38 49 12 LOC 416	SERVICIO DE RESTAURANTE.	CABECERA DEL LLANO
062508	JORGE EDUARDO ORJUELA	CR 6A 37 56	RESTAURANTE	ALFONSO LOPEZ
062515	OBIDIO CALA CAMACHO	CLL 12 23 33	RESTAURANTE	MUTUALIDAD
062595	MARINA CHAHIN DURAN	C 52 36 22 CABECERA DEL LLANO	CAFE-RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
062640	WILIAM A MONSALVE	C 34 10-49	RESTAURANTE	ALFONSO LOPEZ
06273	3FERNANDO PEREIRA MAYORGA	K 16 37 18 14	FUENTE DE SODA RESTAURANTE CON VENTA DE BEBIDAS BAR	0CENTRO
062835	JESSICA PAOLA RAMIREZ ANGULO	C 35 32 97 OBRAS PUBLIC	RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS
063035	SANDRA PATRICIA SARMIENTO	CLL 56 28 70	RESTAURANTE Y COMIDAS RAPIDAS	LA MERCED
063097	MARIA ELINDA PRADA	C.C SANANDRESITO LA ROSITA BQ 15 UNIDA 370	RESTAURANTE	CHORRERAS DE DON JUAN
063181	PEDRO PABLO CACERES DIAZ	CRA 18 N 31 18	RESTAURANTE (H552100)	CENTRO
063230	REINALDO SEPULVEDA REY	C 56 17 B 24	RESTAURANTE	RICAUARTE

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
063313	YANETH QUINTERO PALOMINO	C 54 31 07 BRAMPESTRE	VENTA DE ALMUERZO RESTAURANTE FUENTE DE SODA	ANTIGUO CAMPESTRE
063385	INVERCONCAST S.A	K 35 52 08	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
063414	HERIBERTO NOCUA CALDERON	K 33 52 51 P 2	COMIDAS RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
063573	GALA PINZON LEON	C 38 33 25 01 BR EL PRADO	RESTAURANTE	EL PRADO
063699	MARIA CASQUITOS LTDA	CLL 36 32 23	DISCOTECA RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS
063748	FLOR MARIA LOPEZ CARDENAS	BOULEVAR BOLIVAR 20 07	RESTAURANTE DESAYUNADERO	SAN FRANCISCO
063762	YESID JAVIER LAGOS ALZATE	CLL 105 21 27	RESTAURANTE Y ASADERO VENTA DE ALMUERZOS	PROVENZA
063827	GMV FOOD SERVICE S.A.S.	CR 32 48 45	RESTAURANTE	SOTOMAYOR
063902	JOSE ANGEL GUARIN MANCILLA	AV EDUARDO SANTOS 28 48	RESTAURANTE	SAN ALONSO
063999	YASMIN GELVEZ CHIQUILLO	C 37 19 52	CAFETERIA RESTAURANTE	CENTRO
064111	OSWALDO CARDONA DELGADILLO	K 18 51 169 INT 1	SERVICIO DE RESTAURACION Y RETAPIZADO DE MUEBLES EN MADERA PARA EL HOGAR Y OFICINA	LA CONCORDIA
064159	RAMIRO PEREZ	CL 105 26 22	RESTAURANTE CHINO	PROVENZA
064173	ESLAVA HERNANDEZ GERMAN ARTURO	CR 22 18 28	RESTAURANTE Y FRUTERIA	SAN FRANCISCO
064208	NICOLAS ULLOA	CR 35 52 24	EXPENDIO POR AUTOSERVICIO DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
064282	EDWARD DAVID CARRILLO BARAJAS	C 33 16 27	RESTAURANTE	CENTRO
064335	CLEOFELINA MATEUS DE MARIN	K 9 42 57	VTA DE ALIMENTOS DESAYUNO ALMUERZOS Y COMIDAS RESTAURANTE	GARCIA ROVIRA
064428	DORIS JEREZ ARENAS	CL 28 12 25	FUENTE DE SODA Y RESTAURANTE	GIRARDOT
064437	MARVILLA S.A	TRANSVERSAL ORIENTAL 90 50 ENTRADA 3 LOC 301	RESTAURANTE	EL TEJAR
064438	MARVILLA S.A	D 15 55 08 L B P 1 SAN ANDRESITO	RESTAURANTE	LA CONCORDIA

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
064439	MARVILLA S.A	AV SAMANES 9 140 LOC R-3 CC ACROPOLIS	RESTAURANTE	CIUDADELA REAL DE MINAS
064464	ANA LEONOR VILLANUEVA GONZALEZ	CR 23 13 11	RESTAURANTE BAR	SAN FRANCISCO
064506	MAURICIO GARCIA FUENTES	CR 29 48 21	RESTAURANTE	SOTOMAYOR
064525	JUAN CARLOS RUEDA MEJIA	CR 29 48 61	RESTAURANTE TABERNA	SOTOMAYOR
064543	RAMIRO AYALA ARENAS	C 37 32 71	RESTAURANTE	SOTOMAYOR
064566	LUIS EDUARDO CELIS LEOON	CR 27 42 65/67	RESTAURANTE	NUEVO SOTOMAYOR
064584	RESTAURANTE MERCAGAN PARRILLA S.A.S.	AV QUEBRADA SECA CC MEGAMALL LOC 46	RESTAURANTE Y REALIZACION DE EVENTOS	GALAN
064589	IRCC LTDA	LOT 01 CR 33 AVDA QUEBRADA SECA CC MEGA MALL LOCAL 58 59	RESTAURANTE	GALAN
064644	MARCO ANTONIO SILVA MUÑOZ	K 34 51 95	RESTAURANTE Y ACADEMIA NATURISTA	CABECERA DEL LLANO
064651	JUAN CARLOS RUEDA MEJIA	CR 32 48 32	DISCOTECA RESTAURANTE BAR	SOTOMAYOR
064839	LUBIN ANDRES ACEVEDO ROJAS	AVENIDA SAMANES 9 55	RESTAURANTE	CIUDADE REAL DE MINAS
064882	EDUARDO ARMANDO OMAÑA PEDARAMDA	C F MZ 1 L 1 PARQUE INDUSTRIAL	RESTAURANTE	CHIMITA
064993	ADRIAN ADOLFO MARTINEZ GUTIERREZ	CR 17 29A 25	RESTAURANTE FUENTE DE SODA	CENTRO
065079	IVAN DARIO GUERRERO SILVA	CL 37 15 12 PIS 2	RESTAURANTE	CENTRO
065100	VIVIANA JIMENEZ REMOLINA	CR 33 45 88 LOC 1	RESTAURANTE Y FRUTERIA	CABECERA DEL LLANO
065145	MAYELIN CAMPOS SIERRA	VIA AL MAR CL 1A	RESTAURANTE BAR	BOSQUE NORTE
065146	RUBIELA CEDIEL	K 16 33 44 L F-09 CENTRO	RESTAURANTE	CENTRO
065159	INES LIZARASO DE GOMEZ	K 16 33 44 L G-04 PISO 4 CENTRO	RESTAURANTE	CENTRO
065161	JOSE LUDWING ALVARADO GAMBOA	K 16 33 44 L G-02 PIS 4 CENTRO	RESTAURANTE	CENTRO

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
065163	BLANCA GELVEZ	K 16 33 44 L G-18 PIS 4 CENTRO	RESTAURANTE	CENTRO
065179	URIEL FLOREZ CASTILLO	CL 51 20 06	RESTAURANTE Y VENTA DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	LA CONCORDIA
065238	ANA DE DIOS FLOREZ	K 16 33 44 PISO 4 LOC F-08 CENTRO	RESTAURANTE	CENTRO
065274	SANDRA YANETH OROSCO CASTAÑO	CR 15 37 43 /45 PSI 2	RESTAURANTE FUENTE DE SODA	CENTRO
065289	MARTHA NIDIA FIALLO GONZALES	K 16 33 44 PISO 4 L F-06 CENTRO	RESTAURANTE	CENTRO
065296	ALEXANDER VERGEL LINDARTE	BULEVAR BOLIVAR 20 07	DESAYUNADERO Y RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
065314	EMMA VALDERRAMA CABALLERO	K 16 33 44 PISO 4 L G-08 CENTRO	RESTAURANTE	CENTRO
065329	YOLANDA BARAJAS SIERRA	C ABASTOS BODEGA 4 LOC 2- 105	RESTAURANTE	CHIMITA
065345	OSCAR MAURICO QUINTERO MUÑOZ	CR 17 53 40	RESTAURANTE BAR	SAN MIGUEL
065488	OLIVO DELGADO CHAPARRO	CL 105 24 135	ASADERO RESTAURANTE	PROVENZA
065500	DORIS MILENA GOMEZ D.	CR 27 10 03	RESTAURANTE	UNIVERSIDAD
065613	MARIA RESURRECCION TORRES	CL 16 14 60	RESTAURANTE	GAITAN
065639	HENRY RAMIREZ ALVARADO	CL 22 19 60	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
065640	CARLOS ANDRES LOPEZ PRADA	LOT 01 CR 33 AV QUEBRADA SECA CC MAEGA MALL LOC 44	EXPENDIDO POR AUTOSERVICIO DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTE	ALVAREZ
065771	YOLANDA ROJAS VILLABONA	CL 33 19 08	RESTAURANTE CAFETERIA	CENTRO
065782	ERALDO RAMIREZ ROJAS	PLAZA CENTRAL LOC E 19 E 21 PS 4	EXPENDIDO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTES	CENTRO
065790	ISMAEL ALONSO VERGEL	CR 20 20 30	RESTAURANTE BAR CAFETERIA	SAN FRANCISCO
065818	CREPES YWAFFLES	LOT 01 CR 33 AV QUEBRADA SECA CC MEGA MALL LOC 01-02 NIVEL 0	SERVICIO DE RESTAURANTE	GALAN
065877	DAVID RODRIGUEZ	CR 27 13 59	RESTAURANTE	UNIVERSIDAD

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
066008	SERGIO RAMSES NAVARRO MORENO	K 23 12 27 LC. 1 BR LA MUTUALIDAD	RESTAURANTE-ASADERO	MUTUALIDAD
066010	BRIGGITHE HERNANDEZ MURCIA	CR 16 24 68	RESTAURANTE	ALARCON
066012	EDWING LUNA LIZARAZO	CR 35A 52 120	RESTAURANTE BAR	CABECERA DEL LLANO
06606	5FRISBY G44	CR 29 48 52	VENTA DE ALIMENTOS EN RESTAURANTES	0CABECERA DEL LLANO
066083	FLOR ANGELA CORZO	CL 14 16 08	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
066160	SAMUEL DURAN DIAZ	CL 31 17 45	RESTAURANTE	CENTRO
066176	MARGARITA MENESES ESLAVA	CR 23 12 27 LOC 1	RESTAURANTE ASADERO	MUTUALIDAD
066267	ISMALE ALONSO VERGEL	CR 20 20 30	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
066497	FREDDY ARMANDO MERCHAN RAMIREZ	CL E MAZ D LOC 01	VENTA AUTOSERVICIO DE COMIDAS Y BEBIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTE	CHIMITA
066499	ISOLINA PAREDES ARDILA	K 19 30 31	RESTAURANTE Y CAFETERIA	CENTRO
066726	JAIRO IRENARCO LEAL DIAZ	CL 51 12 79	RESTAURANTE	CANDILES
066790	LADY SULEMA MARIN SOSA	AV EDUARDO SANTOS 29 31/41	FUENTE DE SODA RESTAURANTE CON VENTA DE BEBIDAS	SAN ALONSO
066791	BAUTISTA BAUTISTA NIXON	AV EDUARDO SANTOS 29 31/41	FUENTE DE SODA RESTAURANTE VENTA DE BEBIDAS	SAN ALONSO
066798	FRISBY G45	CR 33 29 15 CC MEGAMALL LOC 48	VENTA DE ALIMENTOS EN RESTAURANTE	GALAN
066982	LUCRECIA LELAL DIAZ	CL 35 24 38	RESTAURANTE	CENTRO
067178	GLORIA AMPARO HERNANDEZ	CL 35 23 65	RESTAURANTE	CENTRO
067309	JUAN DE JESUS GELVES PICO	CL 34 32 08	BAR RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS
067398	VIZION VEINTICUATRO LTDA	CL 52 34 45	RESTAURANTE BAR	CABECERA DEL LLANO
067402	ZORAIDA BIBIANA ARENAS	CL 14 30 36	RESTAURANTE	SAN ALONSO

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
067456	YULIETH MARCELA PEDARANDA CLAVIJO	K 20 31 109 113 BR EL CENTRO	CAFETERIA - RESTAURANTE	ANTONIA SANTOS
067559	JUAN GABRIEL CACERES VILLAMIZAR	TRAN ORIENTAL 92 218 LOC 2	COMIDAS RAPIDAS SERVICIO DE RESTAURANTE PREPARACION DE JUGOS NATURALES	PORTON DEL TEJAR
067627	ALIMENTOS CASTELLO S.A	AV QUEBRADA SECA CR 33A 100 NIVEL 0 LOC 54 CC MEGA MALL	RESTAURANTE VENTA DE COMIDAS RAPIDAS	GALAN
067782	CARMELA ORTIZ ALVAREZ	MODULO 4 LOC 406 TERMINAL DE TRANSPORTE BUCARAMANGA	EXPENDIDO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTE EN CAFETERIA LONCHERIA	EL BUENO
067922	YOLANDA ROSAS VILLABONA	CR 19 33 05	RESTAURANTE CAFETERIA	CENTRO
068080	JOSE AUDEL SILVA RODRIGUEZ	CL 33 25 56	RESTAURANTE	CENTRO
068105	ZAHIRA MAGALY CESPEDES GALVIS	CR 33 52 71	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
068164	FREDI ANAYA	AV QUEBRADA SECA 14 40	RESTAURANTE FUENTE DE SODA	CENTRO
068280	ALVARO SALAZAR MARIN	KR 36 48 70	RESTAURANTE Y COMIDAS RAPIDA	CABECERA DEL LLANO
068315	MARCIAL JHOVENY JIMENEZ SANCHEZ	CR 34 44 79	EXPENDIDO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
068349	GUSTAVO DDERLI ARZUZA	CR 23 21 78	RESTAURANTE BAR	SAN FRANCISCO
068371	JUAN SEBASTIAN MENDOZA ULLOA	CL 14 30 36	RESTAURANTE	SAN ALONSO
068393	SANTIAGO TORRES FUENTES	CR 23 19 07	RESTAURANTE ASADERO POLLO	SAN FRANCISCO
068417	YALEYSI MORALES MADARIAGA	CL 21 20 33	RESTAURANTE FUENTE DE SODA	SAN FRANCISCO
068432	INVERSIONES JOY- S LTDA	CL 44 29A 12	EXPENDIDO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTE	SOTOMAYOR
068462	LUZ AMANDA BENAVIDEZ	CR 31 32 26	RESTAURANTE BAR	LA AURORA
068493	ZORAIDA CARREDO NIÑO	CR 22 41 30	RESTAURANTE TABERNA	BOLIVAR
068537	LUNCH AND BURGUER	CARRERA 3 # 35 A - 38 BARRIO CIUDADELA REAL DE MIN	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CIUADELA REAL DE MINAS

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
068563	CAFETERIA Y FUENTE DE SODA NUEVO DIA	CALLE 32 # 47 - 23 BARRIO LAS AMERICAS	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	LAS AMERICAS
068810	RESTAURANTE VEGETARIANO COCINA LIGHT	CALLE 16 # 20 - 26 BARRIO SAN FRANCISCO	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	SAN FRANCISCO
068827	CULTURA BUFET RESTAURANTE	CALLE 44 # 33 - 18 BARRIO EL PRADO	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	EL PRADO
068947	EVENTOS RESTAURANT LISTA PRESA	CALLE 84 # 24 - 11 BARRIO DIAMANTE 2	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	DIAMANTE II
068950	RESTAURANTE LOS CARRIZALES	BODEGA 6 LOCAL 110 - 116 CENTRO COMERCIAL CENTROAB	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CENTRO
069017	ALIX YADIRA SERRANO	DIG 105 29 16	RESTAURANTE	ASTURIAS
069067	COY GOMEZ CARLOS FELIPE	CARRERA 30 # 18 - 62 BARRIO SAN ALONSO	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	SAN ALONSO
069179	FUENTE DE SODA Y RESTAURANTE TU MANZANA	CARRERA 23 # 36 - 46 BARRIO ANTONIA SANTOS	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	ANTONIA SANTOS
069520	ALEY ADOLFO PATIDO	DIG 56 36 68	RESTAURANTE BAR	TERRAZAS
069533	VIZION 24 LTDA	CL 52 34 45	BAR RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
069542	CLAUDIA ELENA CADAVERAL ROJAS	CR 33 108 16	EXPENDIDO DE COMIDAS A LA MESA PREPARADAS EN RESTAURANTES	VILLA INES
069612	CARLOS ALBERTO JARAMILLO BERNAL	CR 29 41 26	RESTAURANTE COMIDAS RAPIDAS	SOTOMAYOR
069891	CARRILLO GÉMEZ LUIS JERÉNIMO	CALLE 32 # 32 - 14 LOCAL 3	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	LA AURORA
069908	RESTAURANTE EL SAZON DEL MOCHITO	CARRERA 11 # 33 - 25	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CENTRO
070105	RICAZALES PAILA & SAZON	CARRERA 23 # 21 - 78 LOCAL 2	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	SAN FRANCISCO
070140	EL CUCHARAL	CARRERA 19 # 33 - 05 BARRIO EL CENTRO	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CENTRO

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
070198	AIDE HERNANDEZ	VIA RIO NEGRO CALLE 1 BARRIO BOSQUE NORTE BAJO	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	BOSQUE NORTE
070231	SILVA MARTINEZ OLGA LUCIA	CALLE 41 # 37 - 69	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	EL PRADO
070302	SON DE MI TIERRA	DIAGONAL 105 # 31 - 11 BARRIO DIAMANTE 1	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	DIAMANTE I
070324	KOKIPOLLO EXPRESS	CALLE 61 # 17 - 33 BARRIO RICAURTE	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	RICAURTE
070381	RESTAURANTE DONDE LETY	CARRERA 29 # 40 - 34	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	MEJORAS PUBLICAS
070408	RESTREPO AMAYA WILLIAM GIOVANNI	CL 48 35 34	BAR RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
070433	TIZON ROJO Y SAZON	CALLE 45 # 9 B W - 29 BARRIO CAMPO HERMOSO	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CAMPOHERMOS O
070493	YAMILE PARADA CARREDO	CL 45 6 OC 31	RESTAURANTE	CAMPOHERMOS O
070494	WILLINTONG BOHORQUEZ PEREZ	CL 18 17 30	RESTAURACION ALQUILER DE VEHICULOS	SAN FRANCISCO
070532	RESTAURANTE SABOR ARABE	CALLE 42 # 11 - 28	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	GARCIA ROVIRA
070636	GLORIA QUIBONEZ PEDA	CR 33 52 103	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
070794	ALBA LUZ CARVAJAL MENESES	CL 14 30 60	BAR RESTAURANTE	SAN ALONSO
070801	DAVID RICARDO URBINA FERREIRA	CL 14 30 16 PIS 2	RESTAURANTE	SAN ALONSO
070891	RESTAURANTE LA SIRENITA	CARRERA 12 # 24 - 87	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	GIRARDOT
070947	RAPI CAL	CARRERA 13 # 103 - 57 BARRIO JARDINES DE COAVICONS	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	JARDINES COAVICONS

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
070968	LA LEDA AL ROJO	AVENIDA EL JARDIN CASA 4	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	EL JARDIN
07097	8RESTAURANTE Y FRUTERIA JUAN CAMILO	CARRERA 32 # 38 - 09	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	MEJORAS PUBLICAS
071060	CHAPARRO CASELLES JAIRO ALONSO	AVENIDA QUEBRADASECA NO. 16-47	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CENTRO
071160	LADY JHOANNA CHAVARRIAGA RIOS	CL 42 11 28	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	GARCIA ROVIRA
071239	LAURA CRISTINA GONZALEZ GUERRA	CL 14 30 36	SERVICIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTES	SAN ALONSO
071297	ALBA LUZ CARVAJAL MENESES	CL 14 30 60	BAR RESTAURANTE	SAN ALONSO
071344	QUIROGA MATEUS LENYS	CL 33 NO 14-26 CENTRO	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CENTRO
071400	RESTAURANTE BAR DONDE BALAQUERA	CARRERA 9 # 31-36 BARRIO GARCIA ROVIRA	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	GARCIA ROVIRA
071524	JAZMIN DIAZ GOMEZ	CL F MANZANA 1 -36	RESTAURANTE	ZONA INDUSTRIAL
071529	CORPORACION CLUB CHABELA	CR 27 52 25	RESTAURANTE	BOLARQUI
071580	JOHN ALEXANDER QUINTERO BARAJAS	CL 37 17 18	RESTAURANTE	CENTRO
071589	LA COCINA DEL PARQUE	PARQUE INDUSTRIAL BUCARAMANGA CALLE F MANZANA 1 -	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	ZONA INDUSTRIAL
071679	RESTAURANTE LOS CASCANUECES 83	VIA RUITOQUE ALTO KILOMETRO 6 VEREDA RUITOQUE	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	ANTIGUO CAMPESTRE
071774	NORBERTO VANEGAS CRISTANCHO	CALLE 55 # 17 A - 18 BARRIO RICAURTE	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	RICAURTE
071781	PEDRO EMILIO SALCEDO VERA	CARRERA 12 # 16 N 110	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	KENNEDY

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
071861	DIEGO FERNANDO FLOREZ ROSAS	CARRERA 29 # 41 - 30 BARRIO MEJORAS PUBLICAS	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	MEJORAS PUBLICAS
071895	MARIA TERESA CASTELLANOS PINTO	CARRERA 35 # 9 - 18 BARRIO ALFONSO LOPEZ	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	ALFONSO LOPEZ
071897	FERNANDO BAUTISTA	BOULEVAR SANTANDER # 21 - 17 BARRIO SAN FRANCISCO	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	SAN FRANCISCO
072018	JAIRO SANABRIA LEON	CALLE 51 A # 18 - 20 BARRIO LA CONCORDIA	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	LA CONCORDIA
072025	MARTHA CARDENAS RODRIGUEZ	CALLE 34 NO. 32-48	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	MEJORAS PUBLICAS
072095	LUIS HERNANDO VASQUEZ JIMENEZ	CARRERA 10 # 41 - 46 BARRIO GARCIA ROVIRA	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	GARCIA ROVIRA
072149	FARAH'S	AVD. QUEBRADA SECA # 33A-100 C.C. MEGAMALL LOCAL 252	EXPENDIO POR AUTOSERVICIO DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTES	QUEBRADA SECA
072159	OSIAS OVIEDO CLAVIJO	CALLE 12 # 19 - 31 BARRIO KENNEDY	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	KENNEDY
072284	JONATHAN CACERES MENDEZ	CARRERA 27 # 14 - 40 BARRIO SAN FRANCISCO	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	SAN FRANCISCO
072378	LAURA MARCELA BAUTISTA OSMA	AV QUEBRADA SAECA 33A 100 LOC 56 CC MEGAMALL	EXPENDIDO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTES	GALAN
072417	FLORELBA GELVEZ PELAEZ	CALLE 13 # 21 - 48 BARRIO SAN FRANCISCO	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	SAN FRANCISCO
072582	EDGAR ROMERO LEON	CALLE 64 # 8 - 52 BARRIO CIUDADELA REAL DE MINAS	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CIUDADE REAL DE MINAS
072607	RAFAEL CLAVIJO	CL 105 22 15	RESTAURANTE Y VENTA DE COMIDAS RAPIDAS	PROVENZA
072608	ADRIANA PATRICIA SANCHEZ TINJACA	CR 14 34 86	EXPENDIDO ALA MESA DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTES	CENTRO
072628	RAFAEL CLAVIJO	CALLE 105 # 22 - 15 BARRIO PROVENZA	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	PROVENZA

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
072642	JHOHAN ALFONSO PICO AYALA	CALLE 56 # 4 W - 05 ESQUINA BARRIO MUTIS	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	MUTIS
072699	LUZ FANNY AGUILAR BARRERA	CARRERA 14 # 42 - 21 BARRIO CENTRO	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CENTRO
072736	SONIA ROCIO OLAYA CORZO	CR 36 51 23	CAFE RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
072758	CARLINA ANDREA RAMIREZ ARDILA	CARRERA 31 # 50 - 09 BARRIO ANTIGUO CAMPESTRE	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	ANTIGUO CAMPESTRE
072779	ABELARDO'S BUCARAMANGA LTDA.	CALLE 41 # 34-13	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CABECERA DEL LLANO
072794	SONIA ROCIO OLAYA CORZO	CR 36 # 51 - 23 BRR CABECERA DEL LLANO	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CABECERA DEL LLANO
072811	LINA MARIA ORTIZ MARINEZ	TERMINAL DE TRANSPORTES MODULO 3 LOCAL 412	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	EL BUENO
072854	MARIA HELENA HERNANDEZ DEORTEGA	DIAGONAL 15 # 55 - 17 PEATONAL BARRIO LA CONCORDIA	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	LA CONCORDIA
072859	MAIRA LEANDRA LANDAZABAL TOLOZA	CARRERA 35 # 51 - 125	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CABECERA DEL LLANO
072893	FERNANDO CABALLERO GARCIA	CALLE 13 # 15 - 14 BARRIO MODELO	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	MODELO
072942	CAMILO ANDRES CARREDO MARTINEZ	CALLE 14 # 30 - 18	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	SAN ALONSO
072955	YOLANDA REY ANGARITA	CALLE 32 # 34 - 18 BARRIO ALVAREZ	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	ALVAREZ
073011	YUSELY FONSECA ERIKA	CARRERA 35 # 48 - 79 BARRIO CABECERA	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CABECERA DEL LLANO
073131	LUZ ADRIANA MARTINEZ VERO	CARRERA 18 # 34 - 43	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CENTRO
073325	SAULIO QUINCHIA GARCIA	CL 41 21 01	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTES	CENTRO
073371	LUCRECIA LEAL DIAZ	CL 35 24 38	RESTAURANTES	CENTRO

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
073408	HERNANDO ANDRES SANTANDER CAMERO	CARRERA 35 # 51 - 114	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CABECERA DEL LLANO
073409	AMANDA LUCIA RODRIGUEZ PEREZ	CENTRO COMERCIAL SAN BAZAR PASILLO C LOCAL 384	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CENTRO
073410	GOMEZ INES LIZARAZO DE	DIAGONAL 15 CALLE 34 LOCAL G 04 PISO 4 PLAZA DE ME	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CENTRO
073457	WILSON JESUS BARRIOS RINCON	CALLE 18 # 21 - 25	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	SAN FRANCISCO
073598	ADRIANA PATRICIA SANCHEZ TINJACA	CR 14 34 86	RESTAURANTE ASADERO	CENTRO
073653	OSCAR FABIAN SALAZAR	CR 34 48 41	COCTELERIA COMIDAS RAPIDAS RESTAURANTE BAR	CABECERA DEL LLANO
073935	NESTOR RICARDO CAMACHO GAMBA	CR 34 52 07	RESTAURANTE BAR	CABECERA DEL LLANO
073985	JESUS GREGORIO CACERES GAUTA	CARRERA 6 A # 37 - 47 BARRIO ALFONSO LOPEZ	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	ALFONSO LOPEZ
073996	LUZ HELENA MARTINEZ FLOREZ	CL 105 29 16	RESTAURANTE VENTA DE ALMUERZOS EXPENDIO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS PARA CONSUMO DENTRO ESTABLE	ASTURIAS
074054	MAIDA SOFIA CORONELL OSPINA	CALLE 44 # 33 - 18 BARRIO CABECERA DEL LLANO	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CABECERA DEL LLANO
074075	AYDEE OJEDA RODRIGUEZ	C 61 17 33 BR RICAUTE	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	RICAURTE
074098	LUZ MARIN MARY	CARRERA 18 # 37 - 63 BARRIO CENTRO	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CENTRO
074212	JOHANNA PATRICIA BACCA LANDINEZ	CARRERA 18 # 33 - 10 PISO 2 BARRIO CENTRO	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CENTRO
074369	PROYECTOS E INVERSIONES SAN JOSE PLAZA S	CR 17C 55 40	ALOJAMIENTO RESTAURANTE PARQUEADERO	RICAURTE
074407	PAOLA ANDREA JIMENEZ OJEDA	CALLE 43 # 8 - 38 BARRIO ALFONSO LOPEZ	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTES, - SERVICIOS DE EX PLOTACION INST	ALFONSO LOPEZ

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
074418	CELINA GOMEZ NIDO	CARRERA 22 # 33 - 81 BARRIO ANTONIA SANTOS	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTES	ANTONIA SANTOS
074561	CAROLINA CARDENAS FERNANDEZ	CL 41 16 35	RESTAURANTE	CENTRO
074572	NELSON JAVIER GONZALEZ FORERO	CL 18 20 16	RESTAURANTE VENTA DE COMIDAS RAPIDAS	SAN FRANCISCO
074587	MARVILLA S.A	AV QUEBRADA SECA LOT 01 CR 33 CC MEGA MALL LOC 249	RESTAURANTE	GALAN
074693	PROY. E INV. SAN JOSE PLAZA S.A.S.	CR 17C 55 40	HOTEL RESTAURANTE PARQUEADERO	RICAUARTE
074694	MARY LUZ MARIN	CR 18 37 63	FUENTE DE SODA Y RESTAURANTE	CENTRO
07491	1CHAPARRO DOMINGUEZ LUZ CARIME	CR 34 48 90	RESTAURANTE BAR	OCABECERA DEL LLANO
074960	INVERSIONES PALATA S.A	AV QUEBRADA SECA 33A 100 ENTRADA NIVEL 0 LOCAL 44	EXPENDIO POR AUTOSERVICIO DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTES	GALAN
074990	DAMARIZ JUDITH CRUZ	CL 35 33 28	RESTAURENTE Y VENTA DE COMIDAS RAPIDAS	EL PRADO
075052	ALEJANDRA MARIA DIAZ G.	CALLE 48 # 35 - 34	RESTAURANTE BAR	CABECERA DEL LLANO
075057	JESSICA JOHANNA ORDUZ ACOSTA	CALLE 56 # 30 - 28 BARRIO SOTOMAYOR	RESTAURANTE ESPECIALIZADO EN COCINA ITALIANA	SOTOMAYOR
075222	SANDRA DISNEY DURAN QUIROGA	CR 11 37 75	PARQUEADERO RESTAURANTE	ALFONSO LOPEZ
075279	DE JESUS AYALA ARNOLDO	CARRERA 20 # 34 - 65 BARRIO CENTRO	RESTAURANTE VEGETARIANO - TIENDA NATURISTA, MUSICA, LITERATURA, ARTE, DECORACION Y AROMAS DEL	CENTRO
075304	HERNANDO VASQUEZ PIMIENTA	CARRERA 10 # 41 - 46 BARRIO GARCIA ROVIRA	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTES	GARCIA ROVIRA
075403	ANFER ALEXIS PEREZ VARGAS	CALLE 27 # 6 - 30 BARRIO GIRADOT	VENTA DE COMIDAS RAPIDAS Y REFRESCOS RESTAURANTE	GIRARDOT

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
075732	JULIAN LEONARDO MARTINEZ GARCIA	CALLE 45 # 2 - 36 BARRIO CAMPO HERMOSO	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES - EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS	CAMPOHERMOSO
075800	RICARDO RODRIGUEZ JIMENEZ	CALLE 105 # 24 - 57	BAR. - RESTAURANTE	PROVENZA
075825	NORALBA QUINCHIA MAZO	CALLE 21 # 21 - 28 BARRIO ALARCON	CAFETERIA,FRUTERIA,RESTAURANTE,COMIDAS RAPIDAS Y BEBIDAS HELADAS	ALARCON
076233	MACARSA S.A.S.	CR 34 48 93	RESTAURANTE TABERNA BAR	CABECERA DEL LLANO
076942	YUDY ANDREA PESCADOR PLATA	CALLE 52 # 35 A - 23	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
077059	ALBEIRO JOSE FLOREZ GARCIA	CL 110 CR 21A	RESTAURANTE BAR	Viveros de Provenza
077261	SERGIO ESTEVEZ JAIMES	CL 41 34 12	RESTAURANTE COMIDAS RAPIDAS	EL PRADO
077278	DILMER REYNALDO BAUTISTA OSMA	CR 17 45 56 LOC 206 ALMACENES EXITO	RESTAURANTE	CENTRO
077289	COMPADIA HEG SAS	CRA. 45 # 56-17	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTES Y OTROS.	TERRAZAS
077356	DIANA MARCELA ALDANA ACEVEDO	CALLE 14 # 30 - 58 BARRIO SAN ALONSO	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES Y LONCHERIAS.	SAN ALONSO
077369	JAIRO IRENARCO LEAL DIAZ	CL 36 25 46	RESTAURANTE	CENTRO
077457	JUAN CARLOS HERRERA SANTA	CALLE 27 # 14 - 40 BARRIO SAN FRANCISCO	VENTA DE COMIDAS RAPIDAS Y RESTAURANTE. - FUENTE DE SODA	SAN FRANCISCO
077591	LUIS CARLOS LOPEZ FUENTES	CR 32 48 32	RESTAURANTE TABERNA	SOTOMAYOR
077715	NATHALY MORENO MORENO	CALLE 34 # 18 - 44 LOCAL 212 BARRIO CENTRO	RESTAURANTE	CENTRO
077725	MARIA CAMILA TORRES AMADOR	CARRERA 2 W # 59 - 33 BARRIO MUTIS	EXPENDIO DE COMIDAS PREPARADAS A LA MESA EN RESTAURANTE.	MUTIS

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
078022	BAREDO RODRIGUEZ BETTY OLIVIA	AVENIDA SAMANES # 9 - 140 CENTRO COMERCIAL ACROPOLIS LOCAL R 8	SERVICIO DE RESTAURANTE Y COMIDAS RAPIDAS.	CIUDADE REAL DE MINAS
078178	RUEDA MADERO JULY JHOANA	PLAZA MAYOR ENTRADA 8 LO 116	VENTA DE COMIDAS RAPIDAS Y RESTAURANTE	CIUDADE REAL DE MINAS
078179	SANTANA LAGUNA SANDRA JOHANNA	CARRERA 32 # 33 - 78 BARRIO MEJORAS PUBLICAS	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES, ATENCIEN DE EVEN TOS Y SUMINIST	MEJORAS PUBLICAS
078308	PAIPA RUIZ MARISOL	CALLE 8 # 19 - 45 BARRIO LOS COMUNEROS	EXPENDIO DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTE Y SERVICIO DE PIQUETEADERO.	COMUNEROS
078360	GMV FOOD SERVICE S.A.S	CR32 48 45	RESTAURANTE	SOTOMAYOR
078558	MARTHA CECILIA SUAREZ MORALES	CR 17 45 121	RESTAURANTE Y FUENTE DE SODA	LA CONCORDIA
078670	BENJAMIN ARCINIEGA ESPARZA	CL 52 36 22	CAFE RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
078888	CONTRERAS1 S.A.S.	CALLE 49 # 35A-41	VENTA DE ALIMENTOS - RESTAURANTE.	
078984	GONZALEZ TORRES LUZ MILA	CARRERA 14 # 24 - 90 BARRIO GRANADA	FUENTES DE SODA Y RESTAURANTE.	GRANADA SUR
079285	GALVIS TORRES LUZ ADRIANA	CARRERA 23 # 40 - 30 BARRIO CENTRO	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CENTRO
079368	GRANADOS MARTINEZ MARCO AURELIO	CALLE 105 # 22 - 15 APARTAMENTO 101 EDIFICIO EDELMIRA BARRIO PROVENZA	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES.	PROVENZA
079532	DIAZ LUNA JOSE ANTONIO	TERMINAL DE TRANSPORTE MODULO 2 LOCAL 415	EXPENDIO A LA MESA, DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTE.	TERMINAL DE TRASPTE
079707	WILLIAM MAURICIO BLANCO TOLOSA	CL 41 10 54	RESTAURANTE SALON DE EVENTOS	GARCIA ROVIRA
079935	ACOSTA OSORIO DIEGO ARMANDO	CALLE 55 # 27 - 07 BARRIO BOLARQUI	CAFETERIA, RESTAURANTE	BOLARQUI
080209	ARTEAGA MARICELA	CARRERA 31 # 50 - 19 BARRIO ANTIGUO CAMPESTRE	CAFETERIA, RESTAURANTE.-	ANTIGUO CAMPESTRE

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
080426	DIAZ JOYA FABIAN ALONSO	CALLE 48 # 40 - 48 LOCAL 303 EDIFICIO EL DORADO BARRIO CABECERA	EXPENDIO DE COMIDAS RAPIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
080566	ARISTOBULO LIZARAZO BLANCO	AV EDUARDO SANTOS 28 77	RESTAURANTE	SAN ALONSO
080650	JAIMES GOMEZ PABLO ANTONIO	CALLE 34 # 17 - 73	EXPENDIO POR AUTOSERVICIO DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTES	CENTRO
081027	GUTIERREZ LAZARO SERGIO DAVID	CALLE 55 # 17 C - 06 LOCAL 100 D	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS RAPIDAS PREPARADAS, RESTAURANTE Y SERVICIO DE HELADERIA.	RICAUARTE
081098	CALDERON ROSMIRA	AVENIDA EDUARDO SANTOS # 28 - 18	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	SAN ALONSO
081114	LUZ ANGELICA TORRES VARGAS	CENTRO COMERCIAL ACROPOLIS LOC 05	RESTAURANTE	CIUDADE REAL DE MINAS
081125	GALVIS RAMIREZ SILVIA PAOLA	CARRERA 34 # 41 - 27 BARRIO EL PRADO	SERVICIO DE RESTAURANTE Y VENTA DE COMIDA RAPIDA.	EL PRADO
081176	OSCAR GIOVANNY VILLAMIZAR JAIMES	CR 33 37 64	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
081234	INVERSIONES CONTRERAS ZULUAGA UNION TEMP	CL 52 34 42	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
081247	NIDO RODRIGUEZ CLAUDIA JULIANA	CARRERA 27 # 10 - 25 LOCAL 2	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES, ALIMENTOS Y BEBIDAS.	UNIVERSIDAD
081288	ARDILA MATEUS OSCAR	AV. EDUARDO SANTOS # 29-70	EXPENDIO DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTE.	SAN ALONSO
081345	NEKEN GROUP S.A.S	CALLE 35 17 77 OFIC 706	OFICINA ADMINISTRATIVA BARES Y RESTAURANTES Y CAFE Y OTROS	CENTRO
081375	JIMENES RANGEL LUZMILENA	CALLE 34 # 33 A - 63 BARRIO EL PRADO	RESTAURANTE.	EL PRADO
081485	RODRIGUEZ PORRAS JULIAN	CARRERA 4 OCCIDENTE # 46 - 11 BARRIO CAMPO HERMOSO	RESTAURANTE	CAMPOHERMOSO
081498	JORGE IVAN GALVIZ VERGEL	CR 34 52 07	RESTAURANTE BAR EVENTOS SOCIALES FUENTE DE SODA	CABECERA DEL LLANO

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
081710	SUAREZ GRANADOS DANILSON	CARRERA 11 # 37 - 75	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	GARCIA ROVIRA
081810	VEGA LAGOS JESUS ALBERTO	BOULEVAR BOLIVAR # 25 - 06 BARRIO SAN FRANCISCO	CAFETERIA. - RESTAURANTE.	SAN FRANCISCO
082022	RUEDA ARGUELLO CESAR	CALLE 45 KILOMETRO 2 VIA CENTRO ABASTOS	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CHIMITA
082151	VEGA DIAZ JULIO CESAR	CARRERA 15 # 11 - 61 LOCAL 2	RESTAURANTE	MODELO
082218	FACTUM SAS	CRA. 29 # 45-94 OF. 1101	RESTAURANTES	ANTIGUO CAMPESTRE
082251	APONTE GARZON BEATRIZ	CARRERA 28 # 56 - 34	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	LAS MERCEDES
082399	ZARATE BARBOSA DUVAN	CALLE 105 # 24 - 57 BARRIO PROVENZA	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	PROVENZA
082496	LEON GONZALEZ YADER ALFONSO	CARRERA 12 # 103 F - 33 BARRIO MANUELA BELTRAN	RESTAURANTE	MANUELA BELTRAN II
082565	CARLOS REINALDO GAMBOA ANGARITA	CR 32 48 59	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
082568	FUNDACION EL REDENTOR	CR 21 17 16	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
082758	JUAN CARLOS RUEDA MEJIA	CR 29 48 21	TABERNA RESTAURANTE	SOTOMAYOR
082760	INVERJENOS S.A.S.	CR 17 45 33 LOC 06	EXPENDIO DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTE	LA CONCORDIA
08282	1JUAN MANUEL GONZALEZ PUYANA	KM 12 VIA PAMPLONA	SERVICIO DE RESTAURANTE	
082998	HIGUERA GOMEZ GUILLERMO ANIBAL	CALLE 44 # 49A-12 BARRIO SOTOMAYOR	RESTAURANTES, REAL	SOTOMAYOR
083010	ALVAREZ PINEDA KELIS MARIA	CARRERA 25 # 11 - 20 BARRIO MUTUALIDAD	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	MUTUALIDAD
083063	GONZALEZ GARCIA YENNIFER	CALLE 55 # 27 - 07 INTERIOR 2 BARRIO BOLARQUI	CAFETERIA, RESTAURANTE Y OTROS	BOLARQUI

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
083255	RODRIGUEZ GOMEZ EVARISTO	CARRERA 15 # 34 - 62 PISO 2 EDIFICIO CAMILO ORDOÑEZ	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES - EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS	CENTRO
083330	MORRIS RESTREPO ELKIN JOSE	CR. 35 A NO. 49-55 L 520	RESTAURANTE Y CAFE	CABECERA DEL LLANO
083408	DURAN HERNANDEZ MARIA DEL CARMEN	CALLE 16 # 15 - 12	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	GAITAN
083421	GARZON SANCHEZ ROQUE JULIO	CARRERA 19 # 13 - 46	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	MODELO
083444	DIANA CAROLINA GALVIS SILVA	CL 14 30 16	RESTAURANTE	SAN ALONSO
083662	ESTEBAN ACEROS ANA ESMID	CALLE 29 # 17 - 31	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	ALARCON
083676	GRIMALDO PAYARES ELDA MADRED	CARRERA 3 # 41 N - 98 SECTOR EL PLAN- CAFE MADRID	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, RESTAURANTE ESCOLAR	CAFE MADRID
083851	CAMACHO LINARES GONZALO	KILOMETRO 109 VIA PANAMERICANA	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES - SERVITECAS - CO MERCIO AL POR	5 DE ENERO
084153	ANDREA LUCIA ESTENEZ ARDILA	AV QUEBRADA SECA 33A 100 LOC 57 CC MEGAMALL	SERVICIO DE RESTAURANTE	GALAN
084194	COINVECOL CONSTRUCTORA S.A.S.	CALLE 105 NO. 22 - 123 A LOCAL 201	CONSTRUCCION EDIFICIOS, OBRAS CIVILES, INMUEBLES REPARACIONES RESTAURACIONES, MEJORAS NEGOCIO	PROVENZA
084345	MARTINEZ CONGLOMERADO S.A.S.	CL. 51 NO. 35-28 OFC 325	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
084418	MAJODI S.A.S.	CARRERA 38 # 42-48	RESTAURANTE, VENTA DE ALMUERZOS DIRUNOS. FUENTE DE SODA.	CABECERA DEL LLANO
084636	DULCEY DE HERNANDEZ LUZ MARINA	CARRERA 35 # 52 - 08 LOCAL 1	RESTAURANTE, ORGANIZACION DE EVENTOS, COMERCIALIZACION DE LICORES - FORMACION PARA EL TRABAJO	CABECERA DEL LLANO
084675	JAIMES CASTELLANO EDWIN	CALLE 104 C # 12 B - 23 BARRIO MANUELA	RESTAURANTE	MANUELA BELTRAN I

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
		BELTRAN		
084955	FEGHALI LEILA GEORGI	CL 48 32 32	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
084960	ISRAEL MUNIR HERNANDEZ	CR 13 43 69	RESTAURANTE	GARCIA ROVIRA
084975	ANDREA LUCIA ESTEVEZ ARDILA	AV QUEBRADA SECA 33A 100 LOC 57	SERVICIO DE RESTAURANTE	GALAN
085138	LEON SUAREZ BEATRIZ	CALLE 35 # 12 - 57	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN CAFETERIAS Y EN RESTAURANTES.	CENTRO
085443	GONZALEZ NORIEGA FLOR ANGELA	CARRERA 29 # 47 - 24	RESTAURANTE, BAR, CAFE, LA PRESTACION DEL SERVICIO DE BAR, DESAYUNADERO EXP ENDIO DE LICOR	SOTOMAYOR
085454	GOMEZ DIAZ CESAR ALBERTO	CARRERA 28 PEATONAL # 37 - 35 PARQUE BOSQUE CULTURAL DEL ORIENTE	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES.	ANTONIA SANTOS
085508	CONESING S.A.S	CARRERA 46 # 54 - 52 BARRIO TERRAZAS	RESTAURANTE	TERRAZAS
085590	ERICK JAVIER ACEVEDO RUIZ	CR 33 41 31 PIS 03 LOC 05	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
085927	DURAN ANTOLINEZ MARIA TERESA	CALLE 55 # 18 - 47	RESTAURANTE	LA CONCORDIA
086137	DON JEDIONDO SOPITAS Y PARRILLA S A S	AV QUEBRADA SECA 33A 100 LOC 53 CC MEGAMALL	RESTAURANTE Y VENTRA DE COMIDAS EN GENERAL	GALAN
086169	AMAYA ALVAREZ ENRIQUE CARLOS	CALLE 35 # 35 - 06	RESTAURANTE Y COMIDAS RAPIDAS	EL PRADO
086241	GUARIN ORTIZ GERMAN ALBERTO	CALLE 34 # 25 - 68	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES.	ANTONIA SANTOS
086264	JARRI'S LIMITADA	CL 18 22 07/15	SERVICIO DE RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
086312	PARADA URIBE VIVIANA	CALLE 16 # 12 - 68 LOCAL 01 BARRIO GAITAN	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES.	GAITAN
086577	PEÑA ARANGO GABRIEL ALBERTO	AVENIDA EL JARDIN CASA 4 BARRIO EL JARDIN	" RESTAURANTE, BAR, EVENETOS"	EL JARDIN
086755	SARMIENTO FLOREZ SANDRA LILIANA	CALLE 42 # 9 - 19 BARRIO GARCIA ROVIRA	" RESTAURANTE."	GARCIA ROVIRA

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
086811	ROJAS TOLOZA MARIA LINGRETH	KILOMETRO 3 VIA GIRON	" EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES - BAR."	
087232	ALIMENTARIA A Y B LTDA.	CL 45 28 76 LOC 01	EXPENDIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL PRODUCTOS EN RESTAURANTE	SOTOMAYOR
087429	SANABRIA PARADA ALEXIS DAVID	CALLE 45 # 9 B W - 37 BARRIO CAMPOHERMOSO	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CAMPOHERMOSO
087448	FORERO COVA LAURA VANESSA	CALLE 38 # 18 - 81	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CENTRO
087581	ARIAS CHIQUILLO LEONARDO FABIO	CALLE 17 # 11 - 67 BARRIO GAITAN	RESTAURANTES	GAITAN
087666	GUTIERREZ VILLAMIZAR ZAYRA MILENA	CARRERA 16 # 42 - 65 APARTAMENTO 301 - 2 BARRIO CENTRO	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES.	CENTRO
087760	CARDENAS LUIS JOSE	DIAGONAL 14 # 57 - 27 BARRIO CIUADAELA	RESTAURANTE Y CAFETERIA.	CIUADA REAL DE MINAS
087774	TOLOZA CAMPOS ERIKA MARCELA	CARRERA 27 # 11 - 06	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS EN RESTAURANTES	UNIVERSIDAD
087807	RUEDA GALVIS WILSON	CALLE 61 # 16 - 38	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES.	RICAUARTE
087862	GONZALEZ PUYANA FERNANDO JOSE	KILOMETRO 12 VIA PAMPLONA ALTO DE LOS PADRES	ORGANIZACION DE EVENTOS, SERVICIO DE RESTAURANTE	KM 12 VIA PAMPLONA
087988	CELY BAUTISTA EDWYN OSWALDO	CARRERA 32 # 38 - 28	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES Y BAR.	PRADO
088109	DIAZ GALLEGO DIANA CAROLINA	CALLE 14 # 30 - 16 PISO 2	RESTAURANTE	SAN ALONSO
088376	GUTIERREZ GAITAN NAPOLEON	CARRERA 19 # 36 - 84 SECTOR CENTRO	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN CAFETERIAS Y RESTAURANTES.	CENTRO
088624	MORALES CONTRERAS MARIA DE LOS ANGELES	AVENIDA BUCAROS OESTE 3 - 121 LOCAL 19	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CIUADA REAL DE MINAS
088626	MORALES CONTRERAS NELSON	AVENIDA BUCAROS OESTE 3 - 115 LOCAL 20	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CIUADA REAL DE MINAS

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
088627	MORALES CONTRERAS NELIDA	AVENIDA BUCAROS OESTE 3 - 115 LOCAL 20	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CIUDADE REAL DE MINAS
088808	CONTRERAS DE NAVARRO LEONOR	CARRERA 32 C # 14 - 49	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES.	SAN ALONSO
089329	PINZON MURIEL MANUEL MAURICIO	CALLE 31 # 33 B - 24	RESTAURANTE - BAR.	EL PRADO
089332	LOZANO FONSECA EDWIN ALIRIO	CALLE 34 # 33 - 63 PISO 1 BARRIO EL PRADO	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTE.	EL PRADO
089463	HERNANDEZ ARGUELLO YOLANDA	CALLE 36 # 26 - 48 LOCAL 129 C BARRIO BOLIVAR	RESTAURANTE CAFETERIA.	BOLIVAR
089474	ZULETA MENESES LEIDY DAMARIS	CARRERA 25 # 105 - 05 LOCAL 105 - 10 BARRIO PROVENZA	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES.	PROVENZA
089538	JOSE VICENTE NOVA TARAZONA	CL 45 14 15	RESTAURANTE BAR	CENTRO
089647	GENNER EDUARDO RINCON PEDA	CR 21 33 78	RESTAURANTE	CENTRO
089659	RODRIGUEZ GALVIS EFRAIN	CALLE 51 A # 18 - 56 BARRIO LA CONCORDIA	RESTAURANTE	LA CONCORDIA
089784	LEGUIZAMON CORREA DANIEL ALFONSO	CARRERA 20 # 17 - 68 LOCAL 17 - 62 BARRIO DON BOSCO	RESTAURANTE, BAR Y KARAOKE.	DON BOSCO
089853	ORTIZ MARTINEZ SONIA	BOULEVAR BOLIVAR # 20 - 64 BARRIO SAN FRANCISCO	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	SAN FRANCISCO
089907	MARTINEZ DUARTE WILLIAM	CARRERA 32 # 33 - 88 BARRIO MEJORAS PUBLICAS	RESTAURANTE, BAR.	MEJORAS PUBLICAS
089966	CAMARGO RIVERA MIRTHA SOFIA	CARRERA 31 # 33 - 32 BARRIO MEJORAS PUBLICAS	RESTAURANTE BAR	MEJORAS PUBLICAS
089968	GARCIA OSSES JOSE FERMIN	VEREDA VERICUTE KMT - 12 VIA PAMPLONA	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTE Y EN CAFETERIAS.	
090336	RESTREPO RODRIGUEZ JUAN PABLO	CARRERA 50 # 54 - 115 LOCAL 100	CAFE, BAR, RESTAURANTE, VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS. -	ALTOS PAN DE AZUCAR

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
090368	JULIAN ANDRES ROA AYALA	CL 34 32 09	SERVICIO DE RESTAURANTE Y VENTA DE COMIDAS RAPIDAS	MEJORAS PUBLICAS
090479	PRESCELIA GALVIS CALDAS	CL 18 20 16	SERVICIO DE RESTAURANTE VENTA DE COMIDAS RAPIDAS	SAN FRANCISCO
09048	3AMELL CUMPLIDO RICHARD ANTONIO	CALLE 45 # 34 - 59	RESTAURANTE - CAFE.	OCABECERA DEL LLANO
090578	MOY GEE LI	CARRERA 33 # 52 - 71	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CABECERA DEL LLANO
090710	SOLANO SANTAMARIA CAMILO ERNESTO	CALLE 44 # 33 - 18 BARRIO CABECERA	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES Y BARES . MANTENIMIENTO Y REPA	CABECERA DEL LLANO
090790	MONSALVE CALVETE JUAN CARLOS	CARRERA 32 # 35 - 39	BAR, RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS
090889	URIBE ROSALES S.A.S.	AVENIDA JARDIN CASA 1 - A	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES ACTIVIDADES DE CONTRATACION PA	EL JARDIN
091018	BUENO CASTELLANOS KELLY YOKARY	CALLE 45 # 34 - 59 LOC 01	VENTA DE CAFE VENTA DE COMIDA SERVIDA A LA MESA RESTAURANTE COMIDA RAPIDAS	CABECERA DEL LLANO
091041	CATERING ASESORES S.A.S	CARRERA 38 # 44 - 07	RESTAURANTE	
091222	IGUARAN SANCHEZ MERCEDES	CARRERA 18 # 30 - 46	RESTAURANTE Y PARQUEADERO.	CENTRO
091447	SERRANO CRUZ DELINA	CALLE 104 F # 8 - 05 C - 1 BARRIO EL PORVENIR	PANADERIA. RESTAURANTE. OTROS TIPOS DE EXPENDIO NCP DE ALIMENTOS PREPARADOS .	EL PORVENIR
091455	GAMBOA ORTEGA CESAR AUGUSTO	CARRERA 15 # 34 - 62 OFICINA 202	TABERNA, RESTAURANTE	CENTRO
091477	MANTILLA MORALES JOSE MANUEL	CALLE 37 # 16 - 04 LOCAL 419 CENTRO COMERCIAL PANAMA	RESTAURANTE Y EXPENDIO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS PARA EL CONSUMO DENTRO DEL ESTABLECIMIENTO	CENTRO
091502	VARGAS CASTRO JOHN EDINSON	CALLE 37 # 16 - 04 LOCAL 4 - 02 CENTRO COMERCIAL PANAMA	RESTAURANTE	CENTRO

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
091522	AL PARKE RESTAURANTE SAS	CARRERA 31 # 36 - 02 ENTRADA PARQUE MEJORAS PUBLICAS BARRIO MEJORAS PUBLICAS	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTES.	MEJORAS PUBLICAS
091878	JORGE ENRRIQUE GARCIA VILLAMIZAR	CR 24A 83 45	RESTAURANTE Y COMIDAS RAPIDAS	DIAMANTE II
091900	FLOREZ QUESADA SANTIAGO	CALLE 56 # 17 - 37 BARRIO LA CONCORDIA	WISKERIA, EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES.	LA CONCORDIA
091946	JOSE AUGUSTO CASTILLO SANCHEZ	CR 35A 48 37	SERVICIO DE BAR RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
091981	SIERRA MORENO SILVIA JULIANA	CARRERA 20 # 17 - 68	RESTAURANTE,BAR	SAN FRANCISCO
092027	GONZALEZ PELAYO NANCY	CALLE 18 # 12 - 20 BARRIO GAITAN	RESTAURANTE	GAITAN
092138	LIZARAZO MIRANDA JUAN	CALLE 33 # 24 - 67 BARRIO ANTONIA SANTOS	RESTAURANTE	ANTONIA SANTOS
092148	SUAREZ PARRA SECUNDINO	CALLE 51 # 15 - 5	CAFETERIA,RESTAURANTE,VENTA DE COMIDAS RAPIDAS,EMPANADAS	SAN MIGUEL
092152	HERNANDEZ MERCADO MIGUEL ANGEL	CARRERA 33 # 109 A - 22 LOCAL 2	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	VILLA INES
092493	BAUTISTA MOLANO KATERINE	AVENIDA EL JARDIN CASA # 4	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	EL JARDIN
092500	LA CALLE DE MATILDE LINA SAS	CARRERA 35 A # 49 - 07 LOCAL 601 BARRIO CABECERA	DISCOTECA RESTAURANTE BAR	
092595	ROJAS POLO WILMER	CARRERA 33 # 35 - 11 LOCAL 1	RESTAURANTE Y CEVICHERIA.	EL PRADO
092999	PLAZAS REY LISETTE KATHERINE	CARRERA 32 # 19 - 48 APARTAMENTO 201 BARRIO SAN ALONSO	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS RAPIDAS EN RESTAURANTE MOVIL.	SAN ALONSO
093026	GARCIA PRADO MARLENE	DIAGONAL 15 # 55 - 08 LOCAL D PISO 1 CENTRO COMERCIAL SANANDRESITO LA ISLA	RESTAURANTE	RICAUTE

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
093125	RIVERA FLOREZ EVA	CARRERA 17 # 24 - 77 LOCAL 24 - 773 BARRIO ALARCON	SERVICIO DE RESTAURANTE ,COMIDAS RAPIDAS, SERVICIO DE CAFETERIA Y LONCHERIA	ALARCON
093133	ZATEC INVERSIONES SAS	CC CACIQUE LOC 415	SERVICIO DE RESTAURANTE Y COMIDAS RAPIDAS	PORTON DEL TEJAR
093274	AVILA CELIS GABRIELINA	CR 34 48 40	SERVICIO DE RESTAURANTE, VENTA DE COMIDAS PREPARADAS BAR	CABECERA DEL LLANO
093292	BLANCO LOPESIERRA JESUS ALFONSO	CALLE 42 # 14 - 39	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES.	CENTRO
093320	BAREDO MANTILLA S.A.S.	TRANSVERSAL ORIENTAL # 90 - 82 LOCAL 314	RESTAURANTE COMIDAS RAPIDAS	EL TEJAR
093374	INVERSIONES MONYSER S.A.S.	TRANSVERSAL ORIENTAL # 90 - 182 LOCAL L - 0312	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS P	
093418	INVERSIONES MORENO QUIJANO S.A.S.	CR 30 32 32	RESTAURANTE	LA AURORA
093420	ZATEC INVERSIONES SAS	CC EL CACIQUE LOC 415	SERVICIO DE RESTAURANTE Y COMIDAS RAPIDAS Y BAR	PORTON DEL TEJAR
093499	CARDONA GOMEZ DANIEL ALEXIS	CALLE 48 # 35 - 33	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN RESTAURANTES	CABECERA DEL LLANO
093543	ESPINOSA SILVA LEONARDO	CENTRO COMERCIAL CACIQUE LOCAL 307 Y 308	EXPENDIO POR AUTOSERVICIO DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTES	
093636	JAIMES CHAVEZ ELKIN GIOVANNI	CALLE 105 # 26 - 61	RESTAURANTE Y COMIDAS RAPIDAS.	PROVENZA
093656	JARRIS LTDA	TRANSVERSAL OTIENTAL 90 182 LOC 302 EL CACIQUE CENTRO COMERCIAL	SERVICIOS RESTAURANTE	PORTON DEL TEJAR
093666	FABIAN ANDRES LOPEZ FLOREZ	CL 56 27 74	RESTAURANTE	BOLARQUI
093764	CALDERON ARCINIEGAS JOSE DAVID	CALLE 105 # 22 - 16 LOCAL	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS, EN CAFETERIAS Y LONCHERIAS. ASADE RO, RESTAURANT	PROVENZA

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
093803	VILLAMIZAR SIERRA EDGAR RENE	CL 44 29A 06	RESTAURANTE, COMIDAS Y BEBIDAS PREPARADAS, ORGANIZACION DE EVENTOS.	SOTOMAYOR
093865	ALCIDES TARZONA GARCIA	CL 41 34 13	SERVICIO DE RESTAURANTE BAR	EL PRADO
093945	OSMA DE BAUTISTA LAURA CONSUELO	TRANSVERSAL ORIENTAL # 90 - 182 MUNICIPIO CENTRO COMERCIAL EL CACIQUE	SERVICIO DE RESTAURANTE Y COMIDAS RAPIDAS.	EL TEJAR
093948	BENJAMIN FLOREZ FLOREZ E HIJAS Y CIA S E	TRAV ORIENTAL 93 34 99 LOC 419 CC EL CACIQUE	RESTAURANTE	PORTON DEL TEJAR
093994	ESTRADA ESCOBAR SANTIAGO	AVENIDA EL JARDIN BAJO CASA 43 A	RESTAURANTE CAFE BAR Y ORGANIZACION PARA EVENTOS ESPECIALES.	EL JARDIN
094033	BARRERA GIRALDO RICARDO MAURICIO	CR 34 48 02 / 06	RESTAURANTE BAR	CABECERA DEL LLANO
094036	PINEDA VILLABONA JHONATAN ERNESTO	CARRERA 33 # 37 - 6 LOCAL 3 BARRIO CABECERA	RESTAURANTE.	CABECERA DEL LLANO
094063	FORERO ARBOLEDA FRANCISCO JAVIER	TRANSVERSAL ORIENTAL # 90 - 182 LOCAL L - 0306	EXPENDIO POR AUTOSERVICIO DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTES	EL TEJAR
094170	VASQUEZ HERRERA CLAUDIA PATRICIA	DIAGONAL 105 # 29 B 37 BARRIO ASTURIAS II	RESTAURANTE FUENTE DE SODA	ASTURIAS
094272	AVESCO S A	TRAV 94 34 180 LOC 403	RESTAURANTE	PORTON DEL TEJAR
094301	GARCIA BUITRAGO WILLIAM	CALLE 32 # 33 B - 25	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS. VENTA DE COMIDAS RAPIDAS, ASADERO , RESTAURANTE.	QUINTA DANIA
094326	JULIETH LORENA ESPINOSA ORTIZ	CR 33B 31 07	RESTAURANTE	QUINTA DANIA
094355	PEDRO ALEJANDRO ORDOÑEZ GONZALEZ	CR 35A 49 07 LOC 601 ZONA B CC CABECERA IV ETAPA	DISCOTECA BAR RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
094441	AMORTEGUI GARZON DIANA MARISOL	CARRERA 17 C # 57 - 48 BARRIO RICAURTE	RESTAURANTE BAR	RICAURTE

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
094678	I.R.C.C. LTDA	T ORIENTAL 90 182 L L-0412 CC EL CACIQUE	SERVICIO DE RESTAURANTE	PORTON DEL TEJAR
094899	MARIA OLGA LOZADA OLARTE	CR 23 21 75	SERVICIO Y COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS CAFETERIA Y RESTAURANTE	ALARCON
095244	KATHERIN MALHELLY SIERRA SANCHEZ	CR 27 10 27	CAFETERIA RESTAURANTE	UNIVERSIDAD
095373	ALIMENTOS DG S.A.S.	T 93 34 99 L L- 0416 CC EL CACIQUE	RESTAURANTE CAFE BARES OTROS	PORTON DEL TEJAR
095450	COMPASS GROUP SERVICES COLOMBIA S A Y SE	AUTOPISTA NORTE 235 71	SERVICIO DE RESTAURANTE Y ASEO DENTRO DE LAS INSTALACIONES DE LOS CLIENTES	
095665	RAFAEL ANTONIO PALOMINO PATIDO	CR 22 111 04	RESTAURANTE Y COMIDAS RAPIDAS	PROVENZA
095745	RODRIGUEZ GOMEZ JENNY ROCIO	CALLE 56 # 27 - 94 - 84	RESTAURANTE	LAS MERCEDES
096861	ADELAIDA SEPULVEDA ROJAS	CL 9 26A 50	CAFETERIA RESTAURANTE	UNIVERSIDAD
097124	INVERSIONES 90 MILLAS S.A.S.	CARRERA 35 A # 49 - 07 LOCAL 512 BARRIO CABECERA	RESTAURANTE BAR DISCOTECA	CABECERA DEL LLANO
097303	SOCIEDAD INVERSIONES PALATA S.A.	T ORIENTAL 90 182 L-0304 CC EL CACIQUE	EXPENDIO POR AUTOSERVICIO DE COMIDAS RAPIDAS EN RESTAURANTE	PORTON DEL TEJAR
097373	PAEZ CONTRERAS HUMBERTO	CARRERA 27 # 11 - 28	RESTAURANTE FUENTE DE SODA	SAN FRANCISCO
097434	RIVERA TELLEZ YENNY EMILCE	CR 34 48 70	DISCOTECA RESTAURANTE BAR	CABECERA DEL LLANO
09799	1MARCONI AREVALO JHOAN SEBASTIAN	CARRERA 34 # 51 - 75 BARRIO CABECERA	RESTAURANTE Y CASA DE EVENTOS	0CABECERA DEL LLANO
098777	INVERSIONES CINNAMON GOURMET S.A	CC EL CACIQUE LOC 414	EXPENDIO DE COMIDAS PREPARADAS A LA MESA EN RESTAURANTES	PORTON DEL TEJAR
099739	ACEVEDO ARDILA JOAN MANUEL	CALLE 34 # 32 - 83 CASA	RESTAURANTE DESAYUNADERO	LA AURORA
100083	JUAN CARLOS RUEDA MEJIA	CR 29 48 31	RESTAURANTE DISCOTECA BAR	SOTOMAYOR
100553	INVERSIONES CASALINS S.A.S.	CL 34 29 61	EXPENDIO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTES Y CEVICHERIA	LA AURORA
100638	GRUPO VIRO S.A.S.	CR 29 47 24 BRR SOTOMAYOR	RESTAURANTE	SOTOMAYOR
101165	FELIPE ORTIZ GUTIERREZ	CR 34 48 71	DISCOTECA BAR RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
101521	NUBIA BUSTOS SARMIENTO	CR 9 42 49	RESTAURANTE BAR	GARCIA ROVIRA
101546	WILMER ANTONIO BLANCO ORTEGA	CR 35 48 36	SERVICIO RESTAURANTE BAR Y BEBIDAS ALCOHOLICAS	CABECERA DEL LLANO
101599	LUDY YANETTE CACUA MOGOLLON	CL 21 19 43 LOC 02	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
101739	JUAN CARLOS RUEDA MEJIA	CR 32 48 42	RESTAURANTE DISCOTECA BAR	SOTOMAYOR
102002	INNOVA GENETICS S.A.S.	CR 38 48 17	VENTA DE PRODUCTOS CARNICOS Y RESTAURANTE LICOR LACTEOS Y CAFETERIA	CABECERA DEL LLANO
102577	GUBER ARTURO BAENA CARRASCAL	CL 31 19 25	HOTEL RESTAURANTE	CENTRO
102661	VARGAS LIZCANO VIRGINIA ELENA	CL 45 5 OCC 27 BRR CAMPO HERMOSO	VENTA DE COMIDAS RAPIDAS Y RESTAURANTE	CAMPOHERMOSO
102939	YOLANDA AGUILAR AGUILAR	CR 19 20 11	RESTAURANTE	ALARCON
103219	DURAN PANESSO LEIDY TATIANA	CARRERA 16 # 41 - 50	FUENTE DE SODA Y RESTAURANTE	CENTRO
104154	GARCIA PEREIRA AMILCAR	CL 34 32 23 BRR MEJORAS P	RESTAURANTE Y DESAYUNADERO	MEJORAS PUBLICAS
104316	MUÑOZ ROLDAN CARMEN	CARRERA 31 # 52 B - 160	RESTAURANTE	ANTIGUO CAMPESTRE
104579	CARLOS ALBERTO BLANCO PINZON	CL 18 21 16	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
104806	MAURICIO ARMANDO OSPINA SERRANO	CL 52 34 42 PIS 02 Y 03	DISCOTECA RESTAURANTE BAR	CABECERA DEL LLANO
104960	GRUPO TEMAKI SAS	TRV 93 ORIENTAL LOC 316 CC CACIQUE	RESTAURANTE SERVICIO DE COMIDA A LA MESA	PORTON DEL TEJAR
105064	E.V. RESTAURANT S.A.S.	CR 27 42 65	RESTAURANTE	SOTOMAYOR
105736	VELEZ VILLEGAS MARIA PAULA	CR 28 32 70	RESTAURANTE	LA AURORA
105851	RESTREPO RODRIGUEZ CAMILO ANDRES	CR 34 48 09 BRR CABECERA DEL LLANO	RESTAURANTE BAR	CABECERA DEL LLANO
106015	DANIEL TOBAR URIBE	CL 70 20W 38	RESTAURANTE BAR	EL BUENO
106566	GOMEZ PRADO YURLEY ANDREA	CALLE 40 # 30 - 05 PARQUE MEJORAS PUBLICAS	EXPENDIDO A LA MESA DE COMIDA PREPARADA EN CAFETERIAS Y RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS
107298	ALIMENTOS CASTELLO S.A.S.	CR21 45 02 LOC 07	RESTAURANTE	LA CONCORDIA

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA				
REG-IND	NOMBRE-RAZON SOCIAL	DIRECCION	ACTIVIDAD	BARRIO
108124	MARIA PAULA VELEZ VILLEGAS	CR 28 32 70	RESTAURANTE	LA AURORA
108762	JD GROUP S.A.S.	A SAMANES 9 140 L R-2 CC ACROPÉLIS	EXPENDIDO A LA MESA DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTE	CIUDADE REAL DE MINAS
109022	RUEDA ARDILA HERMANOS & CIA. LTDA.	CL 51A 31 44	PREPARACION Y VENTA DE ALIMENTOS RESTAURANTE	SOTOMAYOR
109024	EDELMIRA PABON DE LOPEZ	CR 36 46 61	RESTAURANTE	SAN PIO
109416	STEFANO CAGNUCCI	CL 54 33 28	RESTAURANTE Y CAFETERIA	CABECERA DEL LLANO
109669	PLAZA ROJA RESTAURANTE S.A.S.	CR 21 20 07	RESTAURANTE	SAN FRANCISCO
109674	GIUSEPPE PRIGIGALLO	CR 36 48 84	RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
109903	LUIS JAIME SARMIENTO	CR 17 37 119	RESTAURANTE	CENTRO
109991	CRISTIAN ANDRES RONDON ARIAS	CL 36 32 23	DISCOTECA RESTAURANTE	MEJORAS PUBLICAS
110276	JAIME ALEXANDER BANITEZ PACHON	CL 49 35A 33	RESTAURANTE CAFE BAR	CABECERA DEL LLANO
110501	LAURA XIMENA VERA LOZANO	CR 34 48 53	BAR RESTAURANTE	CABECERA DEL LLANO
110827	BERNANRDO RUIZ MARIN	CR 35 48 108	RESTAURANTE BAR	CABECERA DEL LLANO
110964	INVERSIONES ALVARADO GALVIS LTDA	CR 33 58 48	RESTAURANTE	CONUCOS
111243	WILSON CARRILLO CELI	CL 37 19 50	RESTAURANTE	CENTRO