

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UN BAR –
RESTAURANTE DE ORIENTACIÓN CRISTIANA EN LA CIUDAD DE
BARRANCABERMEJA**

**NYDIA NOVOA NIÑO
JOHN JAIRO QUINTANA**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS FISICOMECÁNICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
ESPECIALIZACIÓN EN EVALUACIÓN Y GERENCIA DE PROYECTOS
BARRANCABERMEJA**

2014

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UN BAR –
RESTAURANTE DE ORIENTACIÓN CRISTIANA EN LA CIUDAD DE
BARRANCABERMEJA**

**NYDIA NOVOA NIÑO
JOHN JAIRO QUINTANA**

**Monografía como requisito para optar el título de Especialista en Evaluación
y Gerencia de Proyectos**

**Directora
Ing. ANGÉLICA DÍAZ GÓMEZ
Especialista en Gerencia y Gestión Cultural
Master en Gestión de Empresas en Instituciones Culturales**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERÍAS FÍSICO MECÁNICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
ESPECIALIZACIÓN EN EVALUACIÓN Y GERENCIA DE PROYECTOS
BARRANCABERMEJA**

2014

A Dios por darme la salud y la fuerza para culminar esta etapa de mi vida.

A mi esposo por todo su apoyo, su paciencia, a mis hijas por todo el tiempo que no compartimos, a éstos tres seres maravillosos que me han apoyado y brindado toda su comprensión para poder terminar con éxito.

A todos los compañeros de la Sede Barrancabermeja y en especial a mi Jefe por todo el apoyo.

Nydia Novoa Niño

A mi madre Elsa, por todas sus valiosas enseñanzas.

A mi familia, por la paciencia, apoyo y comprensión brindada para conseguir mis metas.

A mi esposa Elizabeth y mi hija Juliana, mis razones de vida y razones principales de mi esfuerzo.

John Jairo Quintana Cabeza

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	19
1. GENERALIDADES	20
1.1 INFLUENCIA DE LOS CRISTIANOS EN LA CULTURA	20
1.2 EL ALCOHOL	21
1.3 EL MATRIMONIO	22
1.4 LOS TATUAJES	23
1.5 LA MÚSICA	23
1.6 EL CIGARRILLO	24
2. PLANTEAMIENTO Y JUSTIFICACIÓN	26
3. OBJETIVOS	29
3.1 OBJETIVO GENERAL	29
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	29
3.3 IDEA DE NEGOCIO	29
4. ESTUDIO DEL MERCADO	36
4.1 DEFINICIÓN DEL MERCADO	38
4.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.	43
4.3 PRUEBA DE CONCEPTO	45
4.4 PRINCIPALES HALLAZGOS	46
4.5 PLAN DE MARKETING	48
4.6 ESTUDIO DEL SERVICIO Y PRODUCTOS	49
5. ESTUDIO DEL ENTORNO	51
5.1 ANÁLISIS SECTORIAL	51
5.1.1 Situación actual del sector	51
5.1.2 El mercado de comidas rápidas en Colombia	53
5.1.3 Barrancabermeja y su crecimiento	56

6. ESTUDIO TÉCNICO	59
6.1 PLAN DE OPERACIONES	59
6.2 TECNOLOGÍAS Y PROCESOS DE PRODUCCIÓN	66
6.2.1 Tecnología	66
6.2.2 Maquinaria y equipo	66
6.2.3 Mano de obra	67
6.3 DEMOGRAFÍA	67
6.3.1 Macrolocalización	67
6.3.2 Emplazamiento	68
6.4 ESTUDIO LEGAL	75
6.5 ESTUDIO AMBIENTAL	77
6.6 ORGANIZACIÓN Y OPERACIÓN	79
6.6.1 Estructura organizacional	79
7. ESTUDIO FINANCIERO	82
7.1 INVERSIÓN INICIAL	83
7.2 COSTOS Y GASTOS OPERACIONALES	86
7.2.1 Costos Variables	86
7.2.2 Costos Fijos	94
7.2.3 Depreciación	99
BIBLIOGRAFÍA	102
ANEXOS	104

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Significado de los Colores	32
Figura 2. Proceso Productivo de la Empresa	60
Figura 3. Proceso para compra de insumos	61
Figura 4. Clasificación y almacenamiento de insumos	62
Figura 5. Elaboración de bebidas	63
Figura 6. Elaboración de alimentos	64
Figura 7. Recepción y salida del cliente	65
Figura 8. Esquema General de la EIA	77
Figura 9. Estructura de trabajo del Bar restaurante en el periodo pre operativo.	79
Figura 10. Estructura Organizacional.	81

LISTA DE GRAFICOS

	Pág.
Grafico 1. Variación Anual de la Producción bruta a pesos corrientes según actividad de servicios. Total Nacional 2010- 2011	52
Grafico 2. Variación anual del personal ocupado según actividad de servicios. Total Nacional. 2010-2011	52
Grafico 3. Ingresos de los Restaurantes. (Var % real frente al mismo trimestre del año anterior)	53
Grafico 4. Empresas Constituidas en Barrancabermeja	56
Grafico 5. Número de Empresas Constituidas por Sector en Barrancabermeja, 2012	56
Grafico 6. Comportamiento en Ventas 2013.	57
Grafico 7. Expectativas de Ventas o Ingresos dentro del Sector.	58
Grafico 8. Ciclo de Vida del Producto	49

LISTA DE IMÁGENES

	Pág.
Imagen 1. Idea de Negocio	30
Imagen 2. Macro localización	67
Imagen 3. Mapa Ubicación geográfica de la Comuna 1.	69
Imagen 4. Distribución del lugar	71

LISTADO DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Región y Religión	39
Tabla 2. Creación de Empresas en Barrancabermeja	68
Tabla 3. Actividades comerciales en Barrancabermeja	69
Tabla 4. Matriz de Leopold Identificación de Impactos ambientales	78
Tabla 5. Turnos de trabajo	72
Tabla 6. Índices Macroeconómicos del Proyectos	82
Tabla 7. Indicadores Macroeconomicos	83
Tabla 8. Equipos de Computo	84
Tabla 9. Maquinaria y Equipo	84
Tabla 10. Vajilla y Cristalería	85
Tabla 11. Muebles y Enseres	85
Tabla 12. Infraestructura	86
Tabla 13. Resumen de Inversión Inicial	86
Tabla 14. Detalle de Comestibles	87
Tabla 15. Materia Prima Directa	90
Tabla 16. Consumibles de Cocina	93
Tabla 17. Servicios Públicos	93
Tabla 18. Resumen Costos Variables	93
Tabla 19. Otros Servicios	94
Tabla 20. Elementos de Aseo	94
Tabla 21. Papelería y Útiles de Escritorio	95
Tabla 22. Mano de Obra	96
Tabla 23. Arrendamiento de Inmuebles	97
Tabla 24. Avisos e Impresos	97
Tabla 25. Resumen de Costos Fijos	97

Tabla 26. Estimación de Ventas	98
Tabla 27. Vida Útil de los Activos	99

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A. Encuesta	104
ANEXO B. Principales Hallazgos	111
ANEXO C. Manual de funciones	122
ANEXO D. Carta	130
ANEXO E. Pasos Constitución de la Empresa	133
ANEXO F Evaluación financiera	138

RESUMEN

TÍTULO: Estudio de prefactibilidad para el montaje de un bar– restaurante de orientación cristiana en la ciudad de Barrancabermeja.

AUTORES: Nydia Novoa Niño**
John Jairo Quintana Cabeza

PALABRAS CLAVES: Pre factibilidad, Estudio Técnico, Estudio Financiero, Religión, Cristiano, Evangélico, Temático.

DESCRIPCIÓN

El presente proyecto nace de una necesidad de una sector de la población de confesión cristiana evangélica de la ciudad de Barrancabermeja, la cual requiere de un espacio de ocio y esparcimiento acorde con sus valores religiosos y de comunidad, en donde se encuentre un ambiente específicamente diseñado para ellos, ofreciendo además una carta novedosa en cuanto a bebidas de diseño y comidas rápidas.

Se analizó con detenimiento las características y expectativa de la comunidad cristiana evangélica en Barrancabermeja, utilizando fuentes primarias al interior de la misma, adema de un análisis del entorno y las expectativas de crecimiento económico del entorno.

El establecimiento proyectado, si bien está dirigido a un sector definido de la sociedad, no tendrá características de tipo excluyente, que impidan a toda clase de personas, disfrutar del ambiente y de los servicios a ofrecer.

Se definen así mismo, las condiciones de mantenimiento, atención al cliente, asignación de funciones y responsabilidades del personal, ubicación y aspectos legales del proyecto.

Se incluye el estudio financiero del proyecto, en el cual se exponen y analizan en detalle los aspectos fundamentales para el buen manejo de las finanzas comprometidas, que incluye el presupuesto de capital par apuesta en marcha y financiamiento de operaciones y el estado de pérdidas y ganancias proyectado, en el cual, se muestra qué cantidad de dinero se requiere para la puesta en marcha del establecimiento y la viabilidad del mismo, generando de esta manera los ingresos requeridos para hacerlo viable, generando utilidades y recursos destinados a pagar las acreencias de las inversiones incurridas.

* Proyecto de Grado

** Facultad Ingeniería Físico Mecánica. Escuela de Estudios Industriales y Empresariales. Especialización en Evaluación y Gerencia de Proyectos. Director: Ángela Díaz Gómez, Ingeniera Industrial, Magister en Gestión de Empresas en Instituciones Culturales.

SUMMARY

TITLE: Pre-feasibility study for the installation of a bar-restaurant christian orientation at Barrancabermeja City.*

AUTHOR: Nydia Novoa Niño **
John Jairo Quintana Cabeza

KEY WORDS: Prefeasibility, Technical Study, Financial Study, Religion, Christian, Evangelical, Thematic

DESCRIPTION:

This project stems from the need for a sector of the population of evangelical Christian confession of Barrancabermeja, which requires a space amenities according to their religious and community values, where it is an environment specifically designed for them, also offering a new letter regarding designer drinks and fast food.

Was analyzed in detail the characteristics and expectations of the evangelical Christian community in Barrancabermeja, using primary sources into the same, also an analysis of the environment and the expectations of economic growth environment.

The projected establishment, although this led to a defined sector of society will not have such exclusive features, which prevent all kinds of people, enjoy the ambiance and service offering.

Are defined likewise, maintenance conditions, customer, assigning roles and responsibilities of staff, location and legal aspects of the project.

Financial study of the project is included in which are presented and discussed in detail the fundamentals for the sound management of committed finance, including capital budgeting bet pair up and financing of operations and the statement of profit and loss projected, which, how much money is required for sample implementation of the establishment and its viability, thereby generating the revenue required to make it viable, generating income and resources to pay the debts of investments you incurred.

* Graduation Project

** Faculty of Engineering Physic Mechanical. School of Industrial and Business Studies. Specialization in Evaluation and Project Management. Director: Angela Diaz Gomez, Industrial Engineer.

GLOSARIO

BAR: El término en su sentido actual procede del inglés. En ese idioma, bar significa barra o barrera, y designaba originalmente a la barra que se encuentra en la parte inferior del mostrador donde los clientes descansan sus pies mientras disfrutan su consumo sentado en altos bancos.

ESTABLECIMIENTO: El establecimiento es la unidad estadística que se define y delinea para las estadísticas industriales o de producción. Se define como una empresa o parte de una empresa ubicada en un único emplazamiento y en la que solo se realiza una actividad productiva (no auxiliar) o en la que la actividad productiva principal genera la mayor parte del valor agregado. Combina la dimensión del tipo según la clase de actividad con la relativa a la localización. Un emplazamiento puede interpretarse, según la finalidad que se pretende alcanzar, en sentido estricto como una dirección concreta o bien en un sentido más amplio como un municipio, departamento, ciudad, etc.

ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO: Se entiende por establecimiento de comercio un conjunto de bienes organizados por el empresario para realizar los fines de la empresa. Una misma persona podrá tener varios establecimientos de comercio, y, a su vez, un solo establecimiento de comercio podrá pertenecer a varias personas, y destinarse al desarrollo de diversas actividades comerciales.

RELIGIÓN CRISTIANA: Es una religión abrahámica monoteísta basada en la vida y enseñanzas atribuidas a Jesús de Nazaret, presentadas en el canon bíblico y otras escrituras del Nuevo Testamento. Los cristianos creen que Jesús es el hijo de Dios, así como el Mesías (o Cristo) profetizado en el Antiguo Testamento, que murió para la redención de los pecados del género humano, y que resucitó tres días después de su muerte.

CLIENTE: Es quien accede a un producto o servicio por medio de una transacción financiera (dinero) u otro medio de pago.

COCTEL: Preparación a base de una mezcla de diferentes bebidas en diferentes proporciones

INTRODUCCIÓN

El presente documento tiene como objetivo realizar el estudio de pre factibilidad para el montaje de un bar restaurante de Orientación Cristiana Protestante, enfocado en un espacio de ocio y esparcimiento acorde con sus valores religiosos y de comunidad en donde encuentren un ambiente específicamente diseñado para ellos, ubicado en la en la ciudad de Barrancabermeja, entendiéndose como Cristiano a toda persona que cree o reconoce que Jesús es Dios, que ha resucitado y que con su muerte nos ha salvado, actualmente ésta religión cuenta con 2.100 millones de fieles y es la más extendida del mundo. En el caso particular de Colombia, con la aplicación de la Ley 133 de 1994 “Libertad de Cultos”, se ha dado el espacio legal para la difusión de ideas y conceptos acerca del vivir bajo unas normas de comportamiento mucho más apegadas a los conceptos básicos de las Escrituras.

La Libertad de culto o expresión religiosa se ha dado en el mundo más que por la implementación de una fe por una moda a una cultura que busca expresar de forma diferente la interpretación de las escrituras, que también se ha visto influenciada por la de la nueva economía que promueve la cultura de consumo, los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de la información, creando una necesidad de expresión diferente.

La sociedad a través de los diferentes procesos, tales como la globalización, han permitido integrar los diferentes pensamientos y generar una serie nuevas costumbres y creado nuevas identidades, lo cual hace que los Cristianos a los cuales anteriormente se les consideraba evangélicos hayan cambiado su forma de llegar a las todos las personas que tienen una creencia religiosa, tal es el caso de Juan Luis Guerra antes que decidió cambiar sus creencias y enfocarse en lo que el llamo como una nueva luz, y se enfocó en las Creencias Cristianas.

1. GENERALIDADES

Los principales argumentos de los autores para la realización de este proyecto nacieron de una idea heterogénea y singular, para lo cual se debe tener claridad sobre las bases o fundamentos alrededor de los cuales esta comunidad practica su estilo de vida, las cuales básicamente se orientan hacia los valores señalados en la Biblia y en las costumbres edificantes que ellos manejan y proyectan a la sociedad

La educación religiosa data de la época de la conquista y colonia principalmente bajo la dirección de la Iglesia católica, aunque actualmente otras confesiones en desarrollo de la Ley 133 de 1994, la cual garantiza la libertad de culto y la igualdad de todas las creencias y no declara oficial ninguna religión. En Colombia el culto predominante es el cristianismo y la principal confesión mayoritaria es el catolicismo (rito latino), el país estaba consagrado al Sagrado Corazón de Jesús, y de manera recurrente se le denominaba a Colombia como el "país del Sagrado Corazón".

Existen diferentes creencias entre Cristianos y los Testigos de Jehová, teniendo que estos segundos no creen que Jesús es el hijo de Dios, y sí que fue un ángel, no creen en la vida eterna, sus creencias no están arraigadas en la Biblia como si lo están las de los Cristianos protestantes, que su enseñanza está basada literalmente en este Libro.

1.1 INFLUENCIA DE LOS CRISTIANOS EN LA CULTURA

La religión cristiana ha marcado una pauta muy importante en la Cultura del mundo entero, dado que ésta se ha influenciado por la cultura grecorromana, cabe mencionar que se tiene la creencia que el gran desarrollo de Roma y Grecia

provenía de lo divino y que todo estaba preparado para la llegada de Jesucristo, por tal motivo y para dar mayor seguridad a sus fieles los cristianos eliminaron todo lo que se consideraba imperfecto y crearon costumbres y estilos de vida enmarcados en creencias adoptadas.

La Buena Nueva de Cristo renueva constantemente la vida y la cultura del hombre caído, combate y elimina los errores y males que provienen de la seducción permanente del pecado. Purifica y eleva incesantemente la moral de los pueblos. Con las riquezas de lo alto fecunda como desde sus entrañas las cualidades espirituales y las tradiciones de cada pueblo y de cada edad, las consolida, perfecciona y restaura en Cristo- (GS, 58), (Cf. C. Dawson, Dinámica de la Historia universal, Riaip. 1961).¹

Según Cristian Parker Gumucio, en su libro *¿America Latina ya no es Católica?, Pluralismo Cultural y Religioso Creciente*, *“un factor relevante en el cambio religioso han sido las transformaciones que han abierto nuevas formas de pensar, actuar y sentir: nuevas relaciones con los bienes y sus usos en el mercado que acentúa brechas y genera diversidad de estilos de vida, que abre a contactos internacionales”*

1.2 EL ALCOHOL

Las creencias Cristianas no necesariamente le prohíben al hombre beber alcohol, pero si algunos versículos animan a la gente a mantenerse alejados del alcohol (Levítico 10:9; Números 6:3; Deuteronomio 14:26; 29:6; Jueces 13:4, 7, 14; 1ª Samuel 1:15; Proverbios 20:1; 31:4,6; Isaías 5:11, 22; 24:9; 28:7; 29:9; 56:12; Miqueas 2:11; Lucas 1:15). Sin embargo, la Escritura no necesariamente prohíbe a un cristiano beber cerveza, vino, o cualquier otra bebida que contenga alcohol.

¹ RELIGION CRISTIANA. Disponible en: http://encuentra.com/conoce_tu_fe/la_religion_cristiana10098/ (Citado Noviembre 15 de 2013)

Los cristianos están llamados a evitar la embriaguez (Efesios 5:18). La Biblia condena la embriaguez y sus efectos (Proverbios 23:29-35). Los cristianos no deben permitir que sus cuerpos sean “dominados” por cualquier cosa (1ª Corintios 6:12; 2ª Pedro 2:19).

La Escritura también prohíbe a un cristiano hacer lo que quiera que pudiera ofender a otros cristianos, o a hacer cualquier cosa que pudiera animarlos a pecar contra su conciencia (1ª Corintios 8:9-13). A la luz de estos principios, sería extremadamente difícil para cualquier cristiano decir que está bebiendo alcohol para la gloria de Dios (1ª Corintios 10:31)².

1.3 EL MATRIMONIO

Su fe en relación a este tema se encuentra arraigada en versículos como Malaquías 2:16: “Yo aborrezco el divorcio –dice el SEÑOR Dios de Israel”. Mateo 19:6 “Así que ya no son dos, sino uno solo. Por tanto, lo que Dios ha unido, que no lo separe el hombre”.

Según Mateo 5:32 y 19:9. La frase “excepto en caso de infidelidad conyugal” es lo único que posiblemente acepte el divorcio. Las relaciones sexuales como tales son una parte integral del vínculo marital “y serán una sola carne” (Génesis 2:24; Mateo 19:5; Efesios 5:31). Por tanto, una ruptura de ese vínculo, por medio de relaciones sexuales fuera del matrimonio, debería ser una razón lícita para el divorcio. La frase “y se casa con otra” (Mateo 19:9) indica que el divorcio y el segundo casamiento son permitidos en una instancia de la cláusula de excepción.

² ¿Qué dice la Biblia acerca de consumir alcohol / vino?. Disponible en: <http://www.gotquestions.org/Espanol/Biblia-alcohol.html> (Citado Septiembre 18 de 2013)

Jesús respondió: “¿No han leído que el Creador al principio los hizo hombre y mujer y dijo: El hombre dejará a su padre y a su madre y se unirá con su mujer, y serán los dos una sola carne? De manera que ya no son dos, sino una sola carne. Pues bien, lo que Dios ha unido, no lo separe el hombre.”” (Mt 19, 4-6)

1.4 LOS TATUAJES

Por lo general se asocian los tatuajes a gente mala y peligrosa, por tanto mientras no se modifique esa percepción existirá controversia entre la moda y las personas que los utilizan, además de las posibles consecuencias que esto puede causar en la salud, dado que si no realiza el proceso en forma adecuada se pueden adquirir enfermedades como la Hepatitis C, irritaciones cutáneas, el traspaso de virus y bacterias, por tanto el joven Cristiano se le ha inculcado que como todo hijo de Dios, tiene que esforzarse por dar un buen testimonio para con el mundo, Filipenses 2:14, por tanto esta cultura Cristiana no están de acuerdo con ningún tipo de marca en la piel, pues en esto se refieren a la marca de la bestia, tomando como base versículos Levítico 19:28: “Y no haréis rasguños en vuestro cuerpo por un muerto, ni imprimiréis en vosotros señal alguna. Yo Jehová.” Apocalipsis 13:16: “Y hacía que a todos, pequeños y grandes, ricos y pobres, libres y esclavos, se les pusiese una marca en la mano derecha, o en la frente; y que ninguno pudiese comprar ni vender, sino el que tuviese la marca o el nombre de la bestia, o el número de su nombre.

1.5 LA MÚSICA

La Biblia no condena un tipo de música en particular, ni habla que un estilo de música sea profana, al contrario en algunos versículos hace referencia a instrumentos musicales Salmo 68:25; Esdras 3:10 menciona instrumentos de percusión, más bien hace referencia es al contenido de la letra. En, Filipenses 4:8 señala “Por lo demás, hermanos, todo lo que es verdadero, todo lo honesto, todo

lo justo, todo lo puro, todo lo amable, todo lo que es de buen nombre; si hay virtud alguna, si algo digno de alabanza, en esto pensad.” , lo que sucede es que en la actualidad la música secular la mayoría de temas son inmorales e incentivas a la juventud a las aberraciones sexuales, a las drogas y el alcohol, es música sin contenido, tan solo se trata de repetir una expresión sin tener en cuenta el mensaje que está llevando a quien la escucha, es música con falta de valores.

Entonces lo que se incentiva en esta cultura por decir es la música con contenido que incentive los jóvenes a seguir el buen camino, a ser honesto, responsable, dado estudios han demostrado que cuando esta está en nuestra mente varias veces esto nos va condicionando a su plática y nuestro accionar se va encaminando, Filipenses 4:8 y Colosenses 3:2,5 para establecer patrones saludables para la mente. Segunda de Corintios 10:5 dice que debemos hacerlo “llevando cautivo todo pensamiento a la obediencia a Cristo”

La música cristiana tiene sus pilares fundamentales en ritmo el cual influye directamente sobre el cuerpo, la melodía que actúa sobre el espíritu y la armonía, no se trata de generar adicción, más si se afirma que esta lo que desea llevar es un mensaje

1.6 EL CIGARRILLO

En ninguna parte de la Biblia específicamente habla de la acción de fumar, pero si indica que no debemos permitir que el cuerpo sea dominado por algo. 1 Corintios 6:12 dice, “Todas las cosas me son lícitas, mas no todas convienen; todas las cosas me son lícitas, mas yo no me dejaré dominar de ninguna.” Teniendo como base este principio comulgan con el hecho de fumar, en 1 Corintios 6:19-20 dice, “¿O ignoráis que vuestro cuerpo es templo del Espíritu Santo, el cual está en vosotros, el cual tenéis de Dios, y que no sois vuestros? Porque habéis sido comprados por precio; glorificad, pues, a Dios en vuestro cuerpo y en vuestro

espíritu, los cuales son de Dios. Además de todos los estudios que demuestran lo perjudicial que es este “vicio” para nuestra salud.

Los pasajes de Corintios nos hablan de glorificar a Dios y no permitir que nada domine nuestro cuerpo. ¿El fumar puede ser considerado “beneficioso”? (1 Corintios 6:12). ¿Se puede decir que el fumar verdaderamente “glorifica a Dios con tu cuerpo”? (1 Corintios 6:29). Honestamente, ¿puede una persona que fuma, hacerlo “para la gloria de Dios”? (1 Corintios 10:31).

Sin embargo fumar no condena la persona pero tampoco la hace salva, en Juan 1:9 dice “Si confesamos nuestros pecados, él es fiel y justo para perdonar nuestros pecados, y limpiarnos de toda maldad.”

Conciliar los ideales y preceptos indicados en las escrituras Bíblicas con las realidades de un emprendimiento de carácter comercial, además del entorno en el que este se va a constituir, es posible cuando desde su concepción estos se toman como características de su esencia, trazando a partir de los mismos sus políticas y objetivos, de manera que se cumpla con las expectativas, gustos y costumbres de la comunidad Cristiana Protestante, sin que esto implique un carácter excluyente con las personas que practiquen otras confesiones religiosas

2. PLANTEAMIENTO Y JUSTIFICACIÓN

En los últimos años el sector de la industria de servicios en la ciudad de Barrancabermeja, ha experimentado un notable auge en su oferta de entretenimiento, y dentro de ella el subsector restaurantes. Este efecto positivo se ha dado gracias a las medidas que llevaron al mejoramiento de la situación de orden público, lo cual aumento la confianza de los inversionistas, derivando la ejecución de grandes proyectos de inversión con costos de: \$4.1 billones, un embalse cuya entrada en operación comercial está prevista para finales del año 2014, el incremento de la población asentada, y de visitantes.

Dentro de estos proyectos de inversión destacan La Ruta del Sol, La Gran Vía Yuma, la Súper-Vía y la modernización de la refinería. La Ruta del Sol, una de las obras de infraestructura más importantes de Latinoamérica por su recorrido e impacto sobre los tiempos y costos del transporte, que une al centro del país con la Costa Atlántica, y cuya inversión rodea los \$6 billones. La Gran Vía Yuma con una inversión de \$260.000 millones le apuesta a la unión del oriente con el occidente del país a través del diseño de 30 kilómetros de vía en doble calzada con separador, conecta la Troncal del Magdalena Medio con el Puente Guillermo Gaviria Correa, el Proyecto de Plataforma Logística Multimodal, el Plan Maestro de Industria y el Plan Portuario para Barrancabermeja y lo que se ha denominado la súper-vía, que es la conexión Barrancabermeja-Bucaramanga, la modernización de la refinería de Barrancabermeja costará US\$3.386 millones, son otras iniciativas que transformarán la cara del Puerto Petrolero.

El retorno de personas oriundas de la región dada la implementación del Decreto 080 de 04 de Abril de 2013, “Certificado para acreditar residencia...”, y el asentamiento de nuevos pobladores refuerza el potencial sobre el cual la industria de los servicios, fundamenta sus expectativas de ventas.

Según el reporte estadístico de la Aerocivil en el año 2012 se registró un movimiento anual de 203.844 pasajeros, contra unos 152.091 del año 2010, nos representa un aumento del 34% en cuanto a la llegada de turistas a la ciudad. Para el periodo enero abril de 2013, ya se registran 54.992 pasajeros movilizados.

Situaciones como las anteriormente mencionadas apalancan la aplicación de la oferta en restauración y hoy en día se visualiza alta concentración alrededor del Parque de la Vida y la Zona Rosa de la ciudad, incluyendo en este los nuevos centros comerciales de reciente apertura.

A pesar de la diversidad en la oferta, los establecimientos actuales ofrecen un ambiente de características similares, son sitios nocturnos, donde el común de la gente se reúne para compartir un momento de diversión consumiendo bebidas alcohólicas, escuchando música secular con volúmenes tan altos que no les permiten tener conversaciones entre ellos, enfocándose en gustos en lo referente a la atmósfera del lugar: la música y la decoración, estos lugares se destacan por su carácter festivo y llamativo.

Teniendo en cuenta esta situación y en contacto con personas practicantes del Cristianismo, se concluye que éste nicho de mercado no se ha amoldado a los sitios de esparcimiento que actualmente ofrece la ciudad, dado que no ofrecen un ambiente acorde a sus creencias y no ofrecen bebidas que no contengan alcohol a excepción de agua.

En lo referente a poder departir en familia y con amigos en un ambiente no excluyente a sus principios, fundamentado en sus creencias y en su forma de diversión.

El mercado de los restaurantes temáticos, aquellos en los cuales se armonizan factores como la decoración, el servicio y la comida ofrecida, Barrancabermeja se convertirá en un punto de encuentro a personas practicantes y no practicantes del Cristianismo, dentro de un ambiente de tolerancia e integración que ayude a la tarea de congregar la sociedad con valores y principios arraigados en el buen comportamiento y en la moral de las personas, por lo anterior se espera que cuando los Cristianos Protestantes en Barrancabermeja que están alrededor de 32.000, piensen “diversión” y con amigos y familia.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar el estudio de pre factibilidad para el montaje de un bar restaurante de orientación cristiana en la ciudad de Barrancabermeja.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

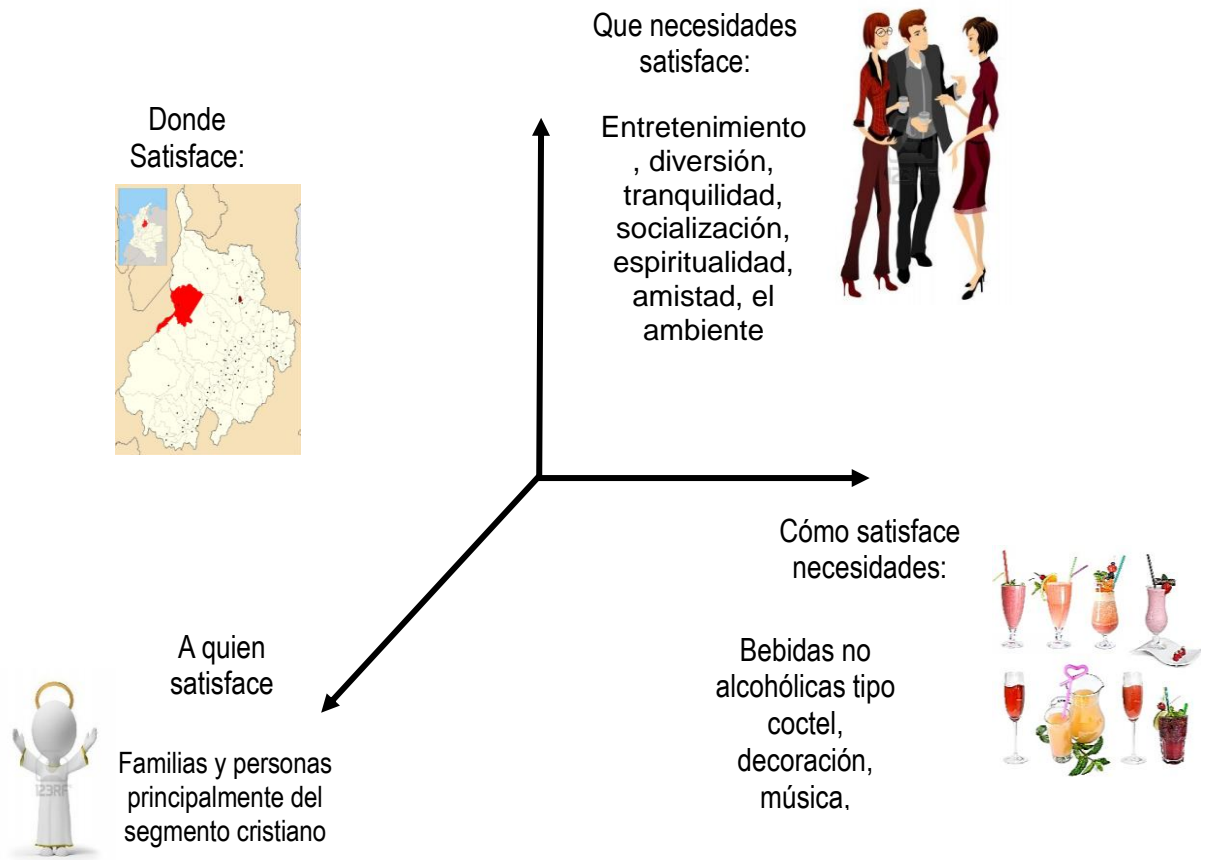
- ✓ Realizar es Estudio de Mercado para determinar la viabilidad de crear un bar restaurante de orientación cristiana en la Ciudad de Barrancabermeja
- ✓ Realizar el Estudio Técnico, que permita establecer la estructura organizacional, infraestructura física y elementos e insumos requeridos para la operación del proyecto.
- ✓ Realizar el Estudio Financiero, que permita establecer la proyección de inversión inicial, proyectar ingresos, costos y rentabilidad del proyecto.

3.3 IDEA DE NEGOCIO

Crear un bar restaurante de orientación cristiana en la ciudad de Barrancabermeja, lo cual permite aprovechar un nicho de mercado en la ciudad al cual no se le ha tenido en cuenta en relación a este tipo de sitios (bar- restaurante), para concretar la idea de negocio, se realizó una visita a las diferentes iglesias de carácter cristiano existentes en la ciudad por lo cual se concluyó que este lugar es adecuado para satisfacer esta comunidad, dado que se tienen en cuenta sus opiniones y gustos; los promotores de este establecimiento son realmente los cristianos quienes manifiestan que aunque han intentado crear un establecimiento así no lo han logrado porque sus tiempos son muy limitados, dedican un tiempo considerable a sus reuniones con jóvenes, adultos, parejas, al entrevistarlos

personalmente se puede destacar que esta comunidad se encuentra realmente interesada en esta idea y que apoyan la creación de la misma.

Imagen 1. Idea de Negocio



Se trata de satisfacer una necesidad en el área de a una comunidad específica en la ciudad de Barrancabermeja, que en estos momentos no cuenta con una opción acorde a sus creencias y comportamientos, que a la fecha se considera en muchos aspectos, una dimensión aun subestimada de consumo.

La definición del concepto establece que la mejor opción es un bar restaurante, donde se ofrezcan bebidas no alcohólicas tipo coctel y algunas comidas rápidas, con precios asequibles, con música edificante, espacio propicio para departir con amigos, conocidos, familia y en general con la comunidad.

Por éstos rasgos distintivos, la idea de negocio se localiza dentro del concepto de Bar-Restaurante Temático, ya que se está proponiendo no solo la venta de un producto novedoso y de calidad, sino que también define un concepto que propone una diferencia de los demás establecimientos del sector, dándole a los clientes una experiencia memorable, digna de repetirse y compartirse con otros.

Para lo anterior se tendrá en cuenta el trato especial que deberá recibir por parte de los trabajadores del establecimiento todos y cada uno de los clientes, se tendrá en consideración los aspectos presentados por Bruce Temkin en Las Seis Leyes de la Experiencia del Cliente, en las cuales se resalta la importancia del buen trato hacia los clientes y de la importancia no solo de los meseros, sino de todos los empleados del lugar.

El aporte al valor agregado de la experiencia en el establecimiento es en buena parte transmitida por el personal, que son en últimas quienes engrandecen lo que ofrecemos a los clientes. Un cocinero, por muy sencilla que sea su labor, no solo elabora un plato sino que le transmite su estado de ánimo, sus motivaciones, su estado físico, todo lo cual se refleja en la calidad del producto.

Un mesero no solo transporta platos, sino que es la cara amable que ofrece atención, cortesía, imagen, amabilidad, a los clientes del establecimiento, lo que lo convierte en un actor de primera línea.

Son la gestión de estos llamados *Intangibles*, el apropiado empoderamiento de los empleados en las expectativas de los clientes y una eficiente retroalimentación con estos, los que aseguran el éxito total, completando el factor diferenciador con los demás establecimientos del sector y la fidelización al mismo.

Según lo precitado, todos los empleados del establecimiento estarán bajo una permanente observación, medición y evaluación de su desempeño en la empresa, con el fin de corregir los errores y difundir las buenas prácticas que sean observadas entre ellos en elementos claves como puntualidad, presentación, aseo y comportamiento.

Con el fin de motivarlos y asegurar su compromiso con el negocio se tendrá como política de empresa una participación de hasta el 10% de acuerdo a las ventas realizadas entre todos los empleados, independientemente del cargo y sueldo que tengan.

Ambientación del lugar.

El lugar deberá contar con un nivel de iluminación óptimo, evitando sombras intencionadas, tanto al interior como al exterior del mismo. Los colores de las paredes serán en tonos que permitan indicar sensación de bienestar y relajación, de acuerdo a la siguiente tabla:

Figura 1. Significado de los Colores

Color	Significado	Su uso aporta...	El exceso produce...
BLANCO	Pureza, inocencia, Optimismo	Purifica la mente a los más altos niveles	----
LAVANDA	Equilibrio	Ayuda a la curación espiritual	Cansancio y desorientación

Color	Significado	Su uso aporta...	El exceso produce...
PLATA	Paz, tenacidad	Quita las dolencias y enfermedades.	----
GRIS	Estabilidad	Inspira la creatividad. Simboliza el éxito	----
AMARILLO	Inteligencia, alentador, tibieza, precaución, innovación.	Ayuda a la estimulación mental. Aclara una mente confusa.	Agotamiento, genera demasiada actividad mental.
ORO	Fortaleza	Fortalece el cuerpo y el espíritu.	Demasiado fuerte para muchas personas.
NARANJA	Energía	Agradable efecto de tibieza. Aumenta la inmunidad y la potencia.	Aumenta la ansiedad.
ROJO	Energía, vitalidad, poder, fuerza, apasionamiento, valor, agresividad, impulso.	Usado para intensificar el metabolismo del cuerpo con efervescencia y apasionamiento. Ayuda a superar la depresión.	Ansiedad, agitación, tensión.
PURPURA	Serenidad	Útil para problemas mentales y nerviosos.	Pensamientos negativos.
AZUL	Verdad, serenidad, armonía, fidelidad, sinceridad, responsabilidad.	Tranquiliza la mente. Disipa temores.	Depresión, aflicción, pesadumbre.
AÑIL	Verdad	Ayuda a despejar el camino a la conciencia del yo espiritual.	Dolor de cabeza.

Color	Significado	Su uso aporta...	El exceso produce...
VERDE	Ecuanimidad, inexperta, acaudalado, celos, moderado, equilibrado, tradicional.	Útil para el agotamiento nervioso. Equilibra emociones. Revitaliza el espíritu. Estimula a sentir compasión.	Crea energía negativa.
NEGRO	Silencio, elegancia, poder.	Paz, silencio.	Distante, intimidatorio.

Fuente <http://plcomunik.blogspot.com/2012/05/significado-de-los-colores.html>

Bajo ninguna circunstancia se utilizarán elementos decorativos que hagan alusión a conceptos no incluidos en las creencias del público objetivo. Por lo anterior se utilizarán cuadros y elementos con características paisajísticas y que transmitan mensajes de valores positivos y/o familiares.

La música, los canales de televisión y videos que se utilicen serán acordes al lugar, ayudando a crear la atmosfera que servirá de atrayente a la clientela. Bajo ninguna circunstancia se proyectarán o difundirá algún tipo de propaganda, anuncios o producción audiovisual que comprometa el objetivo conceptual del establecimiento.

Normas de comportamiento de los empleados

El uniforme de los empleados tendrá la sobriedad como premisa, estando compuesto por pantalón y zapatos de color negro y camisa blanca de manga larga. Si bien no se entregará cinturón con la dotación, se requerirá que el color de este se encuentra acorde con las características del uniforme.

Se prestara principal atención al comportamiento del personal de meseros, ya que ellos estarán encargados del contacto directo con la clientela, a la cual deberán tratar con el mayor respeto y educación, convirtiéndose en una de las cartas de presentación del establecimiento y de la idea de negocio. Se evitara el exceso de confianza y familiaridad con el cliente, evitando dirigirse en términos vulgares o poco corteses.

4. ESTUDIO DEL MERCADO

Crear un bar restaurante de orientación cristiana lo cual implica satisfacer un nicho de mercado que a la fecha no se ha tenido en cuenta en este tipo de establecimientos.

Lugar donde los cristianos se sentirán a gusto para poder departir en familia, entablar conversaciones, disfrutar de un ambiente acorde a sus creencias. Los productos del lugar están basados en nombres bíblicos, la decoración está diseñada acorde a las creencias del nicho de mercado.

De acuerdo con Sapag³ el estudio de mercados nos permitirá definir el precio que los consumidores están dispuestos a pagar por producto que se ofertara y la demanda que estos estarán dispuestos a absorber del mismo.

Producto: Los productos ofrecidos en el establecimiento están basado en bebidas no alcohólicas tipo coctel y comidas rápidas de excelente calidad, otro factor importante en este establecimiento es el diseño del local, para lo cual se tienen en cuenta puntos claves como:

- **La decoración del local.** Factor clave para el éxito del proyecto, teniendo en cuenta que esta debe estar inmersa dentro de las creencias del nicho de mercado, que los haga sentir a gusto y a tono con lo que profesan.
- **Música.** La música es un elemento diferenciador fundamental, dado que el establecimiento contara con una amplia variedad de géneros de música cristiana y secular ésta última debe contener letra edificante, que permitirá

³ GALLEGO, Jesús Felipe. Gestión de Alimentos y Bebidas para Hoteles, Bares y Restaurantes. Editorial Paraninfo, 2012.

resaltar el estilo del Bar - Restaurante. La ambientación musical será de acuerdo a los días de atención, con sonido e iluminación de la mejor calidad.

Precio: Para establecer el mismo se incluyen variables como costos de los productos y/o insumos, costos fijos, costos variables, gastos y utilidades deseadas, para obtener un precio objetivo.

Oferta: Para establecer la misma se tendrán en cuenta elementos como: capacidad instalada, potencial del mercado refiriéndonos con esto a la cantidad que se espera vender.

Plaza – Promoción: Para efectos del mercadeo se contrataran pautas publicitarias a los medios televisivos mediante los operadores locales Telepetroleo y Enlace TV, en los medios escritos se utilizara la edición local de Vanguardia Liberal.

El medio radial a contratar será Impacto Estéreo, emisora cristiana con sede en la ciudad, asegurando con esto una penetración directa al mercado objetivo al cual va dirigido el emprendimiento.

Política del Producto

Nombre o marca:

Shaloom es el nombre del bar restaurante que es un saludo Hebreo que quiere decir “que la paz este con ustedes”

Evolución y desarrollo del producto

Se presentara una carta inicial la cual ira evolucionando de acuerdo a los requerimientos, de manera tal que permita la inclusión de nuevos productos y la salida de aquellos que presenten menor aceptación.

4.1 DEFINICIÓN DEL MERCADO

Mercado Potencial

Para establecer de manera cuantitativa el mercado potencial para el caso de estudio realizaron dos etapas.

Inicialmente se obtuvo la estimación de la población urbana y rural del municipio de Barrancabermeja para el año 2012, el cual esta ubica en 191.718 habitantes, utilizando para esto las proyecciones de población municipal del DANE.

Teniendo como base los datos precitados se cuantifico el número aproximado de la población Cristiana Protestante del municipio, esto con el fin de establecer el potencial de consumidores. Para lo anterior se elevaron consultas al DANE y la Cámara de Comercio de Barrancabermeja, encontrándose que la referida estadística no figura dentro de los ítems de las encuestas de las distintas entidades públicas.

En razón a lo anterior, se procedió a validar el estimado presentado en el artículo Descripción Cuantitativa de la Pluralización Religiosa en Colombia, realizado por William Mauricio Beltrán de la Universidad Nacional de Bogotá, el cual forma parte de los documentos preliminares de la tesis doctoral "Pluralisation religieuse et changement social en Colombie" IHEAL Paris III Sorbonne Nouvelle, con el Señor Pedro Murillo, Presidente de la Asociación de Pastores de Barrancabermeja.

En el citado documento, en el capítulo Filiación Religiosa, se establece que "Los protestantes o evangélicos constituyen el 16,7% de la población en Colombia".

Tabla 1. Región y Religión

¿DE QUÉ RELIGIÓN SE CONSIDERA?	FRECUENCIA	PORCENTAJE	AGRUPACIÓN	PORCENTAJE AGRUPADO
Católico	2.698	70	Católico	70.9
Católico carismático	34	0.9		
Cristiano evangélico	555	14.4	Diversidad protestante	16.7
Pentecostal	61	1.6		
Evangélico carismático	13	0.3		
Protestante	16	0.4		
Agnóstico	97	2.5	Ateos y agnósticos	4.7
Ateo	83	2.2		
Creo en Dios pero no en la religión	133	3.5	Creo en Dios pero no en la religión	3.5
Testigos de Jehová	51	1.3	Testigos de Jehová y adventistas	1.8
Adventista	18	0.5		
Musulmán	4	0.1	Otros	0.2
Budista	1	0.0		
Hare Krishna	1	0.0		
Rastafari	1	0.0		
Católico ortodoxo	1	0.0		
Estudios espirituales	1	0.0		
NS/NR	85	2.2		NS/NR
Total	3853	100	Total	100

Fuente: http://www.sci.unal.edu.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-48072012000100008&lng=es&nrm=iso

En base a esta información y además las fuentes primarias, se estimó que la población Cristiana Protestante de Barrancabermeja, que conforma nuestro mercado potencial, en unas 32.016 personas.

Análisis Mercado Objetivo

Con el fin de establecer la realidad de los practicantes del culto Cristiana Protestante en la ciudad de Barrancabermeja, conocer sus gustos, sus restricciones y las bases de su comportamiento, se realizó un proceso de sensibilización que incluyó una serie de entrevistas, visitas y participación en diversos eventos realizados en los últimos meses, buscando con esto establecer

el perfil cultural de este segmento de la comunidad. Las impresiones y resultados de estas actividades se exponen a continuación:

Las principales Misiones establecidas en la ciudad de Barrancabermeja por su antigüedad y tamaño y que además responden a la Asociación de Pastores de Barrancabermeja, son en su orden:

Iglesia Cuadrangular: 30 iglesias)

Movimiento Misionero Mundial (15 iglesias)

Asamblea de Dios (6 iglesias)

Iglesia de Dios Pentecostal (4 iglesias)

Iglesia Cristiana Proyección de Alcance Internacional PAI (3 iglesias)

Iglesia Interamericana (4 iglesias)

Iglesia Cristo Nazarena (2 iglesias)

Además de las precitadas también se concluyó que existe un grupo considerable de las llamadas Iglesias Independientes, conocidas así ya sea por responder a una sede principal no ubicada en la ciudad, por no tener un pastor fijo o estar en proceso de organización. Se estima su número en alrededor de 60 iglesias, según los datos suministrados por el Presidente de la Asociación de Pastores de Barrancabermeja.

Un fenómeno muy común tanto en la comunidad Católica como en la Cristiano Protestante, es la asistencia a las iglesias de personas que comparten los valores en estos practicados, como son la oración, el testimonio, la interpretación del mensaje bíblico, el trato de comunidad, pero el lazo no llega a tal punto de convertirse en miembro pleno activo de las mismas. Dado lo anterior, es decir la existencia de Creyentes y No Practicantes, no existe información exacta, por lo que se realiza una cuantificación aproximada, tal y como lo manifestó Gracie Davie, en su Sociología de la Religión llama el "Creer sin Pertener".

El mensaje de estas Misiones no va dirigido a un grupo específico de la sociedad (ni por estrato, nivel educativo, ubicación.), concentrándose en atraer el núcleo familiar. Es una constante en los eventos de masas que se realizan (conciertos, vigiliass, ferias) ver a las familias departiendo en forma conjunta.

Una organización típica es la que encontramos en la Iglesia Cuadrangular Casa del Alfarero, en la cual se encuentra en la cabeza el Pastor de la misma, seguido por los Supervisores Generales y Auxiliares, que se encargan de manejar los diferentes grupos dentro de la iglesia, teniendo para esto la colaboración directa de los Lideres Ministeriales encargados de las Alabanzas, Diaconía, Parejas y de los Niños de la Comunidad.

Barrancabermeja es un centro geográfico de gran importancia en donde se encuentran personas procedentes de diversas regiones del centro y oriente del país (Antioquia, Sur de Bolívar, Sucre, Norte de Santander, etc), con diversas costumbres y modos de comportamiento que hacen de Barrancabermeja una ciudad multicultural. Sin embargo, encontramos gran cantidad de personas provenientes de estas regiones que pertenecen a las diferentes congregaciones cristianas en donde se nos reporta una total asimilación a los grupos de estas persona. Dicho lo anterior se considera a éstas iglesias como un factor importante de integración social.

En lo referente a la música cristiana encontramos una total asimilación de ritmos de moda para la difusión del mensaje Cristiano, tales como el merengue, la salsa, el rap, y otros tantos. Al explicar este fenómeno se nos argumenta que no importa el tipo o estilo de música que se utilice para la alabanza o aquella que el Cristiano deba escuchar, siempre y cuando el mensaje que este contenga sea de carácter edificante para las personas.

En cuanto a la manera de vestir, no se impone ninguna regla o norma general que impida el uso de alguna prenda de vestir o gama de colores por parte de las personas practicantes, recomendándose uso adecuado de prendas de vestir según la ocasión.

No obstante lo señalado en los dos puntos anteriores, se argumenta que el pastor tiene gran influencia en los asistentes a cada una de las iglesias, por lo que pueden en ciertos casos señalar o imponer lineamientos en estos aspectos (música y vestimenta), que solo cobijaría a los asistentes a esos cultos, como el uso de cierto tipo de manga y de prendas de vestir por parte de las mujeres en particular o un estilo particular de música para la alabanza.

Si bien todas las ramas del Cristianismo Protestante comparten la misma base de creencias (la Trinidad, La muerte y Resurrección de Cristo, la importancia pero no la adoración a María, los Evangelios, la no adoración de imágenes) se observan ciertas diferencias entre ellos en otros aspectos, en los que se destaca:

Por ejemplo en la gran importancia que los Adventistas le dan a la celebración del sábado, el cual está reservado íntegramente para la adoración. También está el caso de los Testigos de Jehová, de los cuales se hace especial mención en el estudio Descripción Cuantitativa de la Pluralización Religiosa en Colombia, ya que como se anota, este grupo presenta el mayor índice de sentimiento de discriminación (66,7%), hecho que puede estar muy relacionado con ciertas prácticas que se considerarían de carácter "contracultural" para la mayoría de la población, tales como no participar en celebraciones como la navidad, los cumpleaños, no rendir honores a los símbolos patrios ni celebrar fiestas de carácter nacional, no donar ni recibir sangre.

Las Misiones tienen varios medios y espacios de comunicación, tales como Impacto Estéreo, además de programas televisivos producidos localmente y que se transmiten por Tele Petróleo y Enlace Televisión. Asimismo cada comunidad cuenta con un grupo abierto en Facebook, coordinado especialmente por los jóvenes de cada una de las Misiones.

Cabe resaltar que aunque los medios de comunicación son un factor clave para comunicación para difundir el mensaje evangelizador, lo es y aún más relevante es el hecho de contar con la presencia física del pastor en su comunidad. De igual manera la importancia del testimonio de las bienaventuranzas recibidas por los miembros de las comunidades y la oración grupal, son fundamentales a la hora de fortalecer el mensaje transmitido y vigorizar la identidad de la comunidad misma.

Verificando si ésta comunidad cuenta con un lugar exclusivo para divertirse o pasar un rato agradable en familia o entre amigos, manifiestan que solo encuentran dos opciones: ir cine o compartir en la casa de un conocido de la comunidad. Lo anterior refleja el hecho de la existencia de un lugar de reunión que posea un ambiente en el acorde con las normas de comportamiento y con un ambiente de tipo familiar que permita disfrutar en la manera que se acostumbra en las comunidades Cristianas.

4.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.

El diseño del local y el expendio de bebidas no alcohólicas tipo coctel son el factor fundamental de diferenciación para proyectar Bar – Restaurante de Orientación Cristiana, adicionalmente se considera relevante aspectos como:

- **La decoración del local.** Factor clave para el éxito del proyecto, teniendo en cuenta que esta debe estar inmersa dentro de las creencias del nicho de mercado, que los haga sentir a gusto y a tono con lo que profesan.

- **Música.** La música es un elemento diferenciador fundamental, dado que el establecimiento contara con una amplia variedad de géneros de música cristiana y secular ésta última debe contener letra edificante, que permitirá resaltar el estilo del Bar - Restaurante. La ambientación musical será de acuerdo a los días de atención, con sonido e iluminación de la mejor calidad.
- **Servicio:** Un valor agregado a la calidad de los productos y la ambientación del local, es el servicio de atención al cliente el cual se describe en el capítulo de Idea del Negocio, y en el Plan de Operaciones en el flujograma de recepción y salida del cliente.

Por lo anterior la política del establecimiento estará basado en el expendio de bebidas no alcohólicas y comidas rápidas, alineados con el Proyecto de Ley 27 de 2011 del Senado, en su artículo 44 señala: “Son derechos fundamentales de los niños: la vida, la integridad física, la salud y la seguridad social, la alimentación equilibrada, su nombre y nacionalidad, tener una familia y no ser separados de ella, el cuidado y amor, la educación y la cultura, la recreación y la libre expresión de su opinión, lo cual dará como resultado un proyecto nuevo e innovador, considerando variables como:

Fuentes de Información.

Fuentes Primarias

Aplicación de encuestas dentro de la población de confesión Cristiana Evangélica en el área urbana de Barrancabermeja.

Se contó con la amable participación de las siguientes personas:

Señora Soledad Zambrano, Co Pastora de la Iglesia Cuadrangular Casa del Alfarero, ubicada en la Carrera 20A No. 30-09, Barrio Cincuentenario de Barrancabermeja.

Señor Ricardo Acevedo Zambrano, Coordinador de Juventudes de la Iglesia Cuadrangular Casa del Alfarero.

Señor Pedro Murillo, Presidente de la Asociación de Pastores de Barrancabermeja.

Fuentes secundarias

- Departamento Nacional de Estadísticas DANE, Población y Demografía, Proyecciones Municipales 2006 - 2020.
- Descripción Cuantitativa de la Pluralización Religiosa en Colombia, William Mauricio Beltrán, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá Octubre de 2011. (http://www.sci.unal.edu.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-48072012000100008&lng=es&nrm=iso).
- Observatorio Económico y de Competitividad. Cámara de Comercio de Barrancabermeja 2012.

4.3 PRUEBA DE CONCEPTO

Encuesta ANEXO A.

Ficha Técnica

Tipo de Estudio

Cuantitativo

Técnica

Encuesta auto diligenciada

Instrumento

Cuestionario, estandarizado con preguntas abiertas, cerradas y dicotómicas.

Universo Investigado

Personas pertenecientes a las diferentes iglesias cristianas de la ciudad de Barrancabermeja

Tamaño de la Muestra

Se realizó las encuestas escritas a 100 personas

Entrevistas personales con Pastores y Copastores con 20 personas

Fecha de campo

10 | 25 de noviembre de 2013

4.4 PRINCIPALES HALLAZGOS

Una vez realizadas las encuestas se inicia el procedimiento de tabulación para su posterior análisis insumo fundamental para el estudio financiero.

A continuación se presentan los principales hallazgos y el Anexo B registra la totalidad de los resultados obtenidos.

El primer bloque tiene como objetivo profundizar sobre los hábitos actuales de los entrevistados y el segundo bloque revisó insides que se consideran clave para el concepto del Bar-Restaurante de Orientación Cristiana

El 58% de los entrevistados ha tenido la oportunidad de ir a un Bar-Restaurante en la Ciudad de Barrancabermeja, con una frecuencia de asistencia de una a dos veces al mes (56%) y señalan gastar en promedio \$139.228.⁴

⁴ Es importante hacer claridad en que los pastores y demás miembros de jerarquía de estas iglesias tienen un fondo para destinar para actividades culturales y recreativas, además de las iniciativas que tienen los jóvenes.

Para los consumidores actuales las variables claves a la hora de elegir: Calidad de comidas rápidas, Calidad de bebidas, atención al cliente, Precio y la Prontitud del servicio. Seguidas por: Horario de atención, Variedad, Ubicación del local, Espacio libre de humo de cigarrillo, Espacio libre de alcohol. Mientras que variables como Decoración del lugar, Ambiente familiar y Servicio a domicilio son las que obtienen menores calificaciones. Es importante anotar que por omisión de los investigadores no se indagó sobre la variable música.

En cuanto al consumo de comidas rápidas De las 100 personas que dieron respuesta a este apartado el 65% acostumbran su consumo por fuera de sus hogares, Como factores determinantes para asistir a este tipo de establecimientos se encuentra que predomina el gusto de la gente con un 29%, seguido de encuentro con los amigos con un 21% y el factor menos predominante es el que no les gusta cocinar con un 13%. Las variables claves en el momento de seleccionar donde ir son con un 67% la Ubicación del local y Prontitud en el servicio, con un gasto promedio mensual por \$113.932

La validación del concepto del Bar-Restaurante se aplicó a 100 entrevistados, teniendo en cuenta las características principales del servicio ofrecido, es decir: acceso a bebidas sin alcohol.

Aunque el 97% de los entrevistados tiene una percepción positiva de las bebidas no alcohólicas, solamente el 59% cocteles sin alcohol, y los incentivos que llevarían a un no consumidor a probar este tipo de bebidas son en su orden: la salud (42%), la recomendación (30%) y vivir una nueva experiencia (21%) y el precio promedio que estarían dispuestas a pagar por este tipo de productos es de \$8.807.

En lo relativo al conocimiento y uso de Bares restaurantes con Orientación cristiana, el que el 75% de las personas encuestadas no han asistido a este tipo de establecimientos.

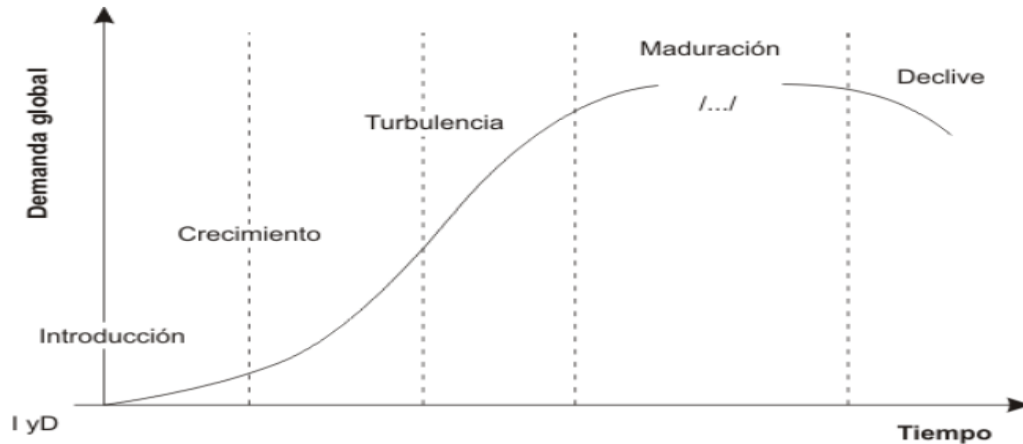
Un ambiente que permita departir en familia y con allegados, acorde a los lineamientos y preceptos religiosos de la comunidad cristiana en Barrancabermeja, y que esté de acuerdo a margen financiero beneficioso para el proyecto.

4.5 PLAN DE MARKETING

El plan de Marketing del establecimiento está basado en Política de distribución dado que son factores relevantes del mismo: la calidad del trabajo, primordial la atención al cliente, el primer contacto que tenga el mesero con el cliente o la persona encargada de recepción del personal, para lo cual se ofrecerá capacitación permanente a los empleados en atención al cliente, la calidad de los productos que conllevan a la fidelización del cliente y atracción de nuevos. Dado que el mercado al cual va dirigido el establecimiento es el mercado de Servicios, que trabajan con personas donde se involucran profesionales y mano de obra no calificada, teniendo en cuenta:

- Los servicios son perecederos y no tienen la posibilidad de almacenarse
- Requieren de un contacto directo
- Se produce en el instante de prestarlo

Grafico 8. Ciclo de Vida del Producto



Fuente: Análisis de la Atractividad del Mercado de Referencia. Álvarez, Arango Manuel José

4.6 ESTUDIO DEL SERVICIO Y PRODUCTOS

Teniendo en cuenta que actualmente en la ciudad no existe un establecimiento enfocado en este nicho de mercado, la ampliación de la oferta se realizará con un sondeo de mercado.

Las variables a tener en cuenta al momento de evaluar el producto son:

- Calidad
- Características diferenciadoras

Demanda

Para atender la demanda se tendrá en cuenta la oferta de otros proveedores, teniendo en cuenta que pueden ofrecer bienes complementarios, más no sustitutos, por lo anterior se tendrá en cuenta:

- Segmentación del mercado
 - Ventajas buscadas por el producto

- Demográfica: Por edad
- Sicográfica: Grupos de referencia

5. ESTUDIO DEL ENTORNO

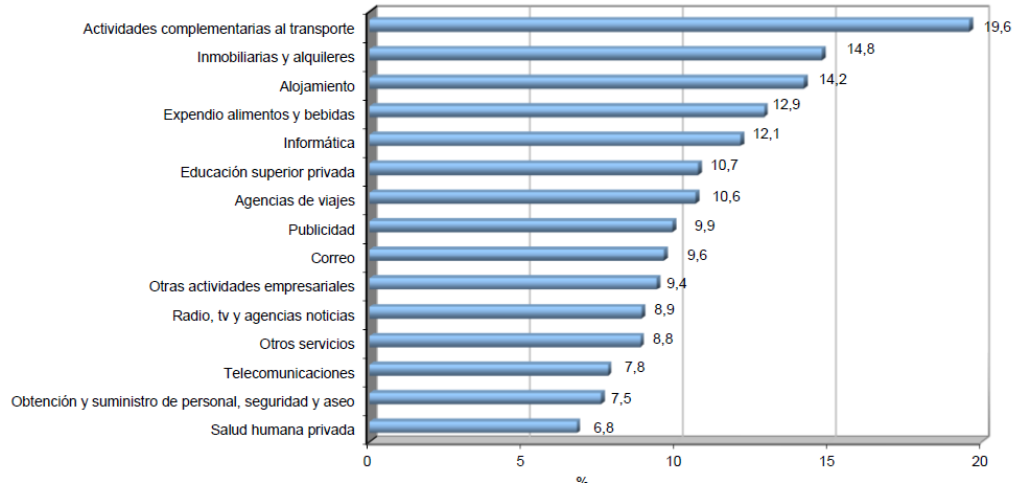
5.1 ANÁLISIS SECTORIAL

Este proyecto está centrado en el llamado servicio de la hospitalidad y concretamente en el de los restaurantes. Este se encuentra identificado con el código CIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) de todas actividades económicas, como División 56, con excepción de lo indicado en el Grupo 563 Clase 5630, sector terciario, el cual integra desde tiendas de barrio hasta grandes empresas inversionistas. Entre las actividades más comunes se encuentran los servicios de transporte, comercio, turismo, ocio, administración pública y financiera, existe gran concentración de estas actividades especialmente en las áreas urbanas.

5.1.1 Situación actual del sector. Las señales del buen momento que atraviesa el sector terciario o de servicios y de su importancia para la economía del país son claras en los diversos informes elaborados por entidades de carácter oficial y privado.

El Boletín de Prensa del DANE sobre la Encuesta Anual de Servicios, de mayo 22 de 2013, se reporta un aumento del 12,9% de la producción bruta del sector de expendio de alimentos y bebidas entre el 2010 y 2011, ocupando el cuarto lugar de importancia entre los grupos productivos censados.

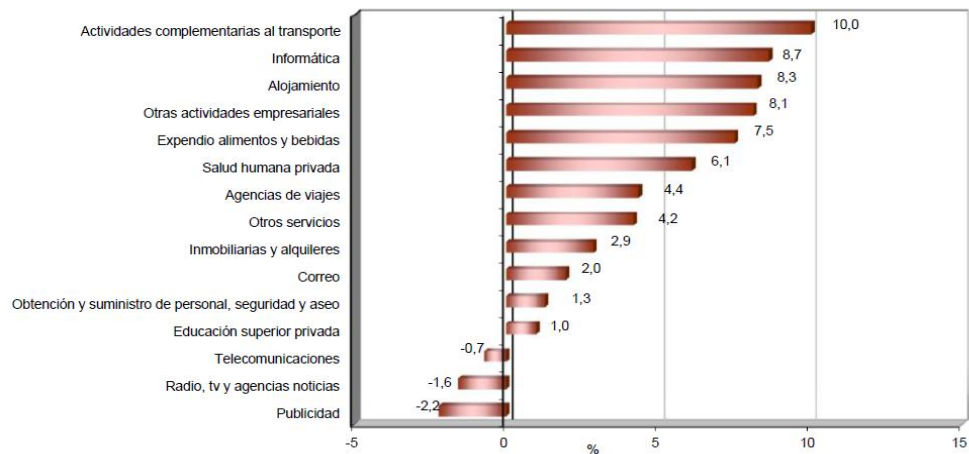
Grafico 1. Variación Anual de la Producción bruta a pesos corrientes según actividad de servicios. Total Nacional 2010- 2011



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios 2010 – 2011

En el reporte las cifras en cantidad y calidad del empleo generado en el periodo de estudio, se observa un incremento del 7,5% y del 7,8% respectivamente. Esto indica que no solo es un importante renglón en la generación de empleos a nivel nacional, sino que la calidad del mismo, refiriéndonos al nivel de remuneración frente a los demás sectores analizados, se ubica en un destacado tercer lugar.

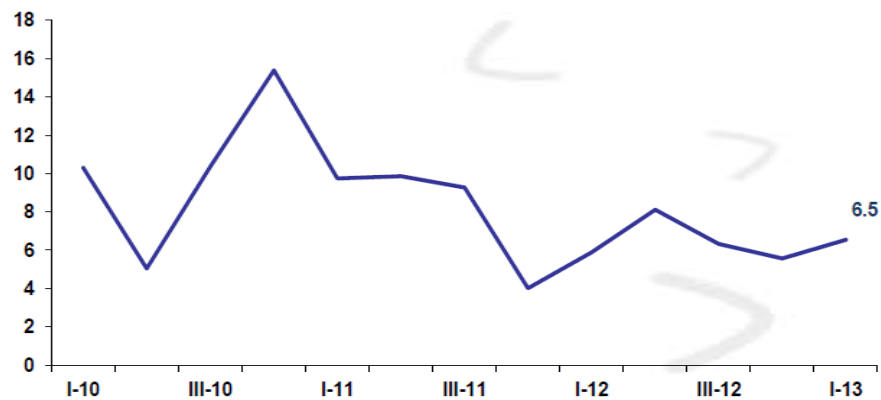
Grafico 2. Variación anual del personal ocupado según actividad de servicios. Total Nacional. 2010-2011



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios 2010 – 2011

Según el informe Comercio al Día de Agosto de 2013, publicado por la Dirección de Estudios Económicos del Grupo Bolívar, señala que " Los ingresos de los restaurantes volvieron a repuntar en el primer trimestre del año en curso. La variación real de 6.5% anual un dato superior frente a los referentes del primer trimestre de 2012 y el último de ese mismo año", como se muestra el siguiente gráfico.

Grafico 3. Ingresos de los Restaurantes. (Var % real frente al mismo trimestre del año anterior)



Fuente: DANE y Cálculos Davivienda – Dirección Ejecutiva de Estudios Económicos.

Es de anotar que el sector de los restaurantes ha sido contribuido de manera notoria a impulsar de manera acelerada la generación de valor agregado de la actividad económica de comercio, reparación, hoteles y restaurantes, el cual para el 2012 tiene un participación estimada en el 11,2% del total del PIB del país.

5.1.2 El mercado de comidas rápidas en Colombia. Se tiene en cuenta este ítem aunque no es el factor diferenciador del proyecto, en el menú del mismo se va a incluir algunas comidas rápidas, por tanto se realiza una descripción de éste servicio en Colombia.

De acuerdo con el portal de Portafolio' las comidas fuera del hogar ganan cada vez más terreno, ya sea por los problemas de movilidad en las ciudades o por el aumento del poder adquisitivo, pero sigue acelerada la expansión de marcas nacionales e internacionales en el negocio de las comidas rápidas en el país.

Mientras los balances de 22.340 compañías, que reveló recientemente la Superintendencia de Sociedades, indican que las ventas de dichas firmas aumentaron 6 por ciento respecto al 2011, solo las del negocio de comidas rápidas aumentaron 12,5 por ciento para sumar 1,7 billones de pesos.

Dicho incremento supera además en 10,06 puntos la inflación del periodo, que fue de 2,44 por ciento, lo que equivale a un crecimiento real, también de dos dígitos.

Hoy en día se encuentran establecidas en el país un buen número de marcas nacionales, por ejemplo El Corral, Archies, Kokoriko, y de franquicias extranjeras, especialmente norteamericanas, tales como Mac Donalds, Burger King, KFC, entre otros.

Se destaca a nivel nacional la posición líder de Hamburguesas El Corral, con una participación del mercado del 16,2%, registrando ventas en el 2012 por 262.000 millones de pesos, desbancando de este puesto a Mac Donalds que registró ventas por 250.000 millones de pesos en el mismo año.

En el caso particular de Barrancabermeja, el mercado está compuesto principalmente por establecimientos de origen local y otros provenientes de Bucaramanga. Como ejemplo de los primeros están YoYo Dog, La salchicha de Andrés, Hamburguesas Makro; en el segundo grupo encontramos a Ketako, Hamburguesas El Garaje, Comics Pizza, entre otros.

En los últimos cuatro años y como resultado de la apertura de los centros comerciales Iguana y San Silvestre, han hecho su arribo a la ciudad cadenas de cobertura nacional como Hamburguesas el Corral y Presto.

A la fecha no se tiene presencia de locales de cadenas internacionales de comida rápida.

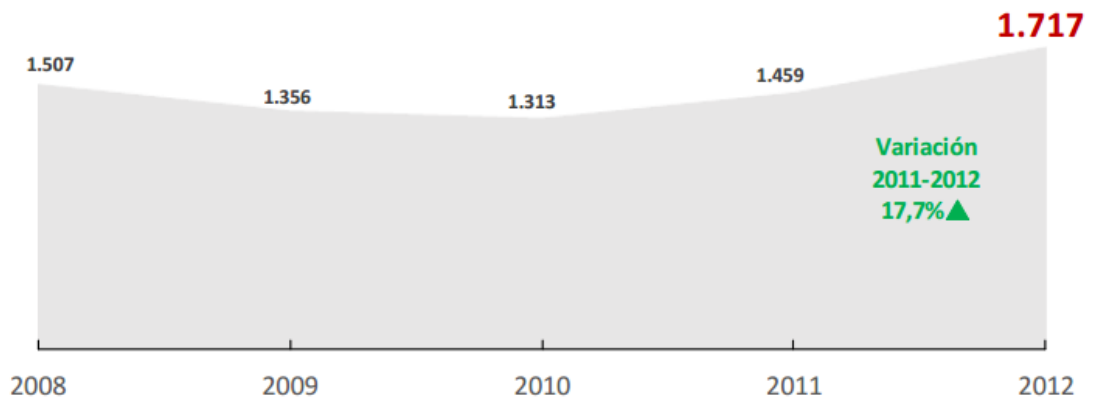
En cuanto a las amenazas que enfrentan los establecimientos de comida rápida en la ciudad de Barrancabermeja, no son distintas a las que enfrentan este tipo de negocios a nivel nacional, así:

En primer lugar está el fenómeno de la informalidad, que se considera una competencia desleal, ya que al competir con precios menores, producto de ahorros en materia de arriendos, calidad, seguridad e higiene del producto, generan una falsa percepción de los precios finales del producto, distorsionando por completo el negocio.

En segundo lugar, las cadenas locales no están dentro de economía de escala y capacidad de negociación de las cadenas nacionales, que les permita lograr ventajas en lo referente a créditos y precios al mayor con los proveedores, de manera que les posibilite manejar ventajosamente el precio hacia el consumidor final.

5.1.3 Barrancabermeja y su crecimiento

Grafico 4. Empresas Constituidas en Barrancabermeja



Fuente. Cámara de Comercio de Barrancabermeja, Dinámica Empresarial 2012

Dada el crecimiento del 17.7% de creación de empresas de un año a otro en la ciudad de Barrancabermeja, como lo muestra la gráfica anterior se puede observar que la ciudad tiene muy buena dinámica empresarial, por lo tanto resulta atractivo para invertir.

Grafico 5. Número de Empresas Constituidas por Sector en Barrancabermeja, 2012



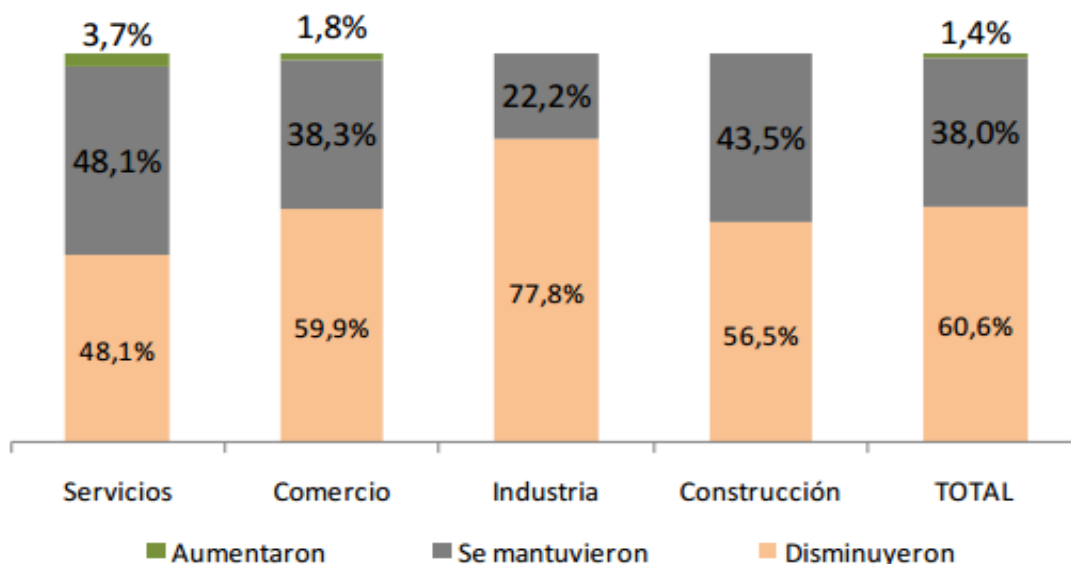
Fuente. Cámara de Comercio de Barrancabermeja, Dinámica Empresarial 2012

Teniendo en cuenta la información suministrada por la Cámara de Comercio, se estableció que el 43.5 de las empresas constituidas fueron del sector comercio, el 40,1 del sector servicio, un 9,1 de Construcción, el 6,3 de Industria, y un 0,9 en el Sector Agropecuario y minero. El proyecto se enmarca dentro del segundo sector más dinámico dentro de la económica local.

Barrancabermeja es la segunda plaza económica en Santander y representa el 11% de la estructura empresarial del departamento, según información suministrada por la Cámara de Comercio de Barrancabermeja, en su informe Dinámica Empresarial 2012.

De igual manera el Observatorio Económico y de Competitividad, muestra en su sondeo de opinión del primer trimestre de 2013, se muestra que el sector servicios se fue el de mayor crecimiento en ventas a nivel local.

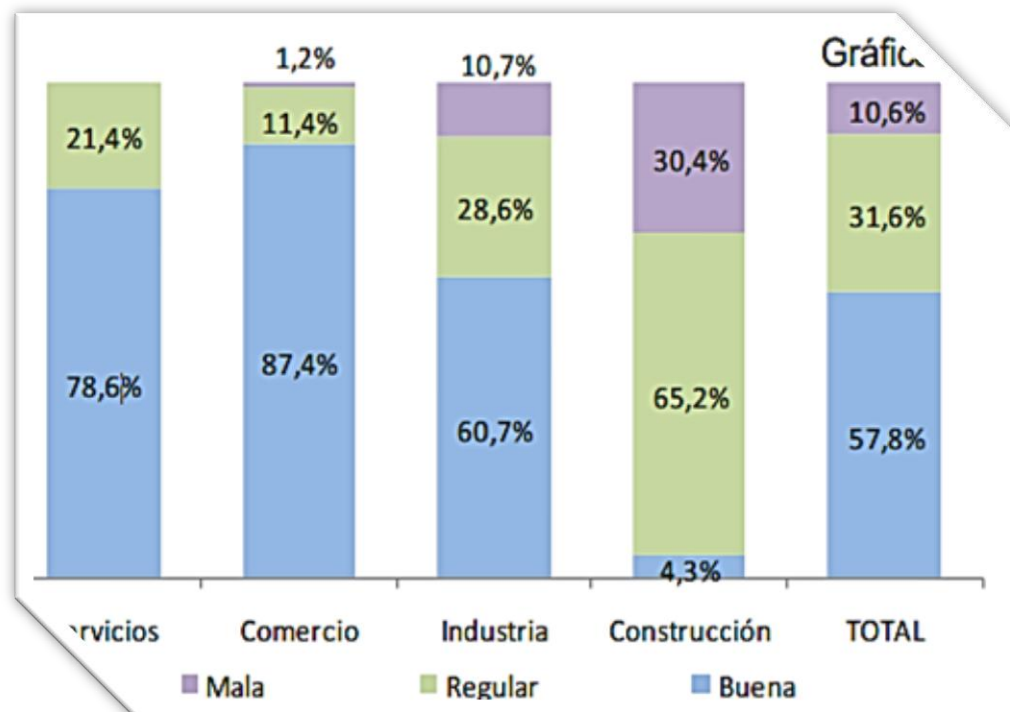
Grafico 6. Comportamiento en Ventas 2013.



Fuente: Observatorio Económico y de Competitividad. Cámara de Comercio de Barrancabermeja.

Las Expectativas de Ventas e Ingresos para el segundo trimestre de 2013, reportados en el Sondeo de Opinión del Observatorio, para el Sector Servicios se encuentra en un 78% buena y 21.4% como regular, observándose una dinámica muy favorable, con expectativas positivas dentro de los empresarios del sector.

Gráfico 7. Expectativas de Ventas o Ingresos dentro del Sector.



Fuente: Observatorio Económico y de Competitividad. Cámara de Comercio de Barrancabermeja.

6. ESTUDIO TÉCNICO

6.1 PLAN DE OPERACIONES

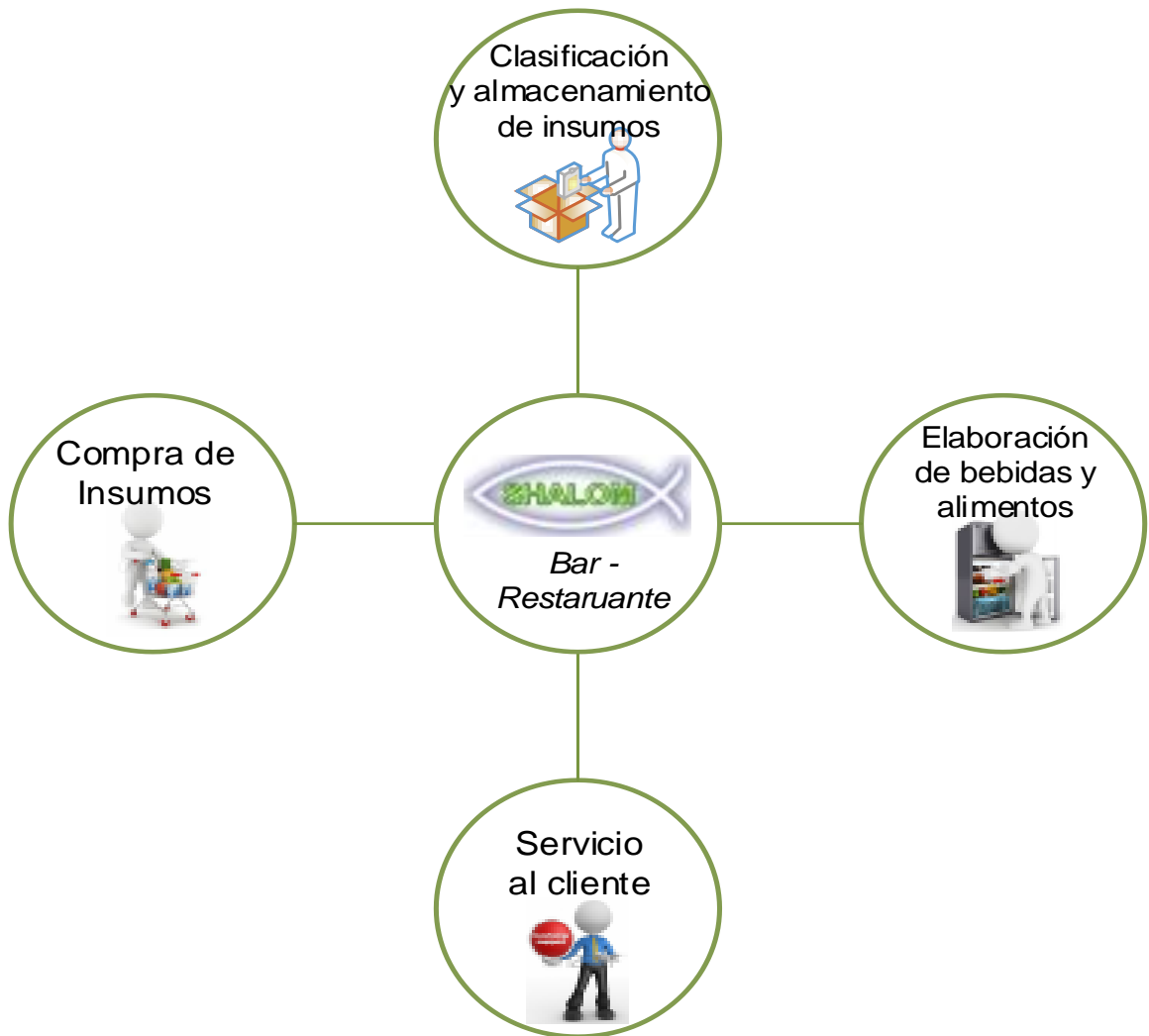
Los aspectos a tener en cuenta en el plan de operaciones son:

La locación del establecimiento, el cual se ubicara en un punto central y de fácil acceso a toda la comunidad, también la contratación y apoyo a la mano de obra capacitada de la región, el diseño y elaboración de los productos y la atención al cliente.

Para el desarrollo de las actividades del proyecto se deben llevar a cabo una serie de procesos, que dependiendo del área, tendrán unos responsables por su ejecución y supervisión.

Por lo anterior, estos deben ser observados y ejecutados por el personal, siendo esquematizados en el Diagrama de Procesos del Establecimiento.

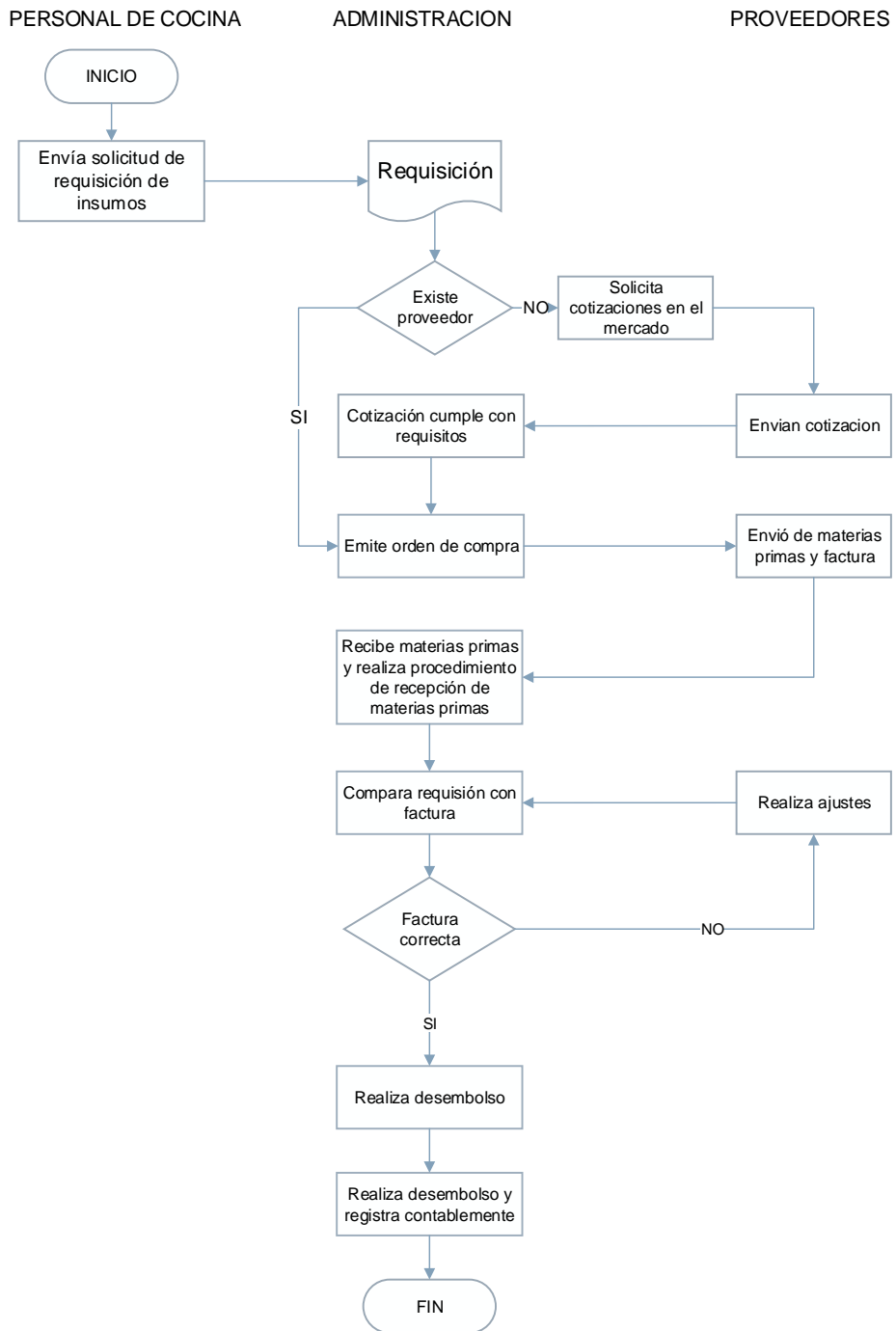
Figura 2. Proceso Productivo de la Empresa



Fuente: Elaboración Propia

Proceso para compra de Insumos

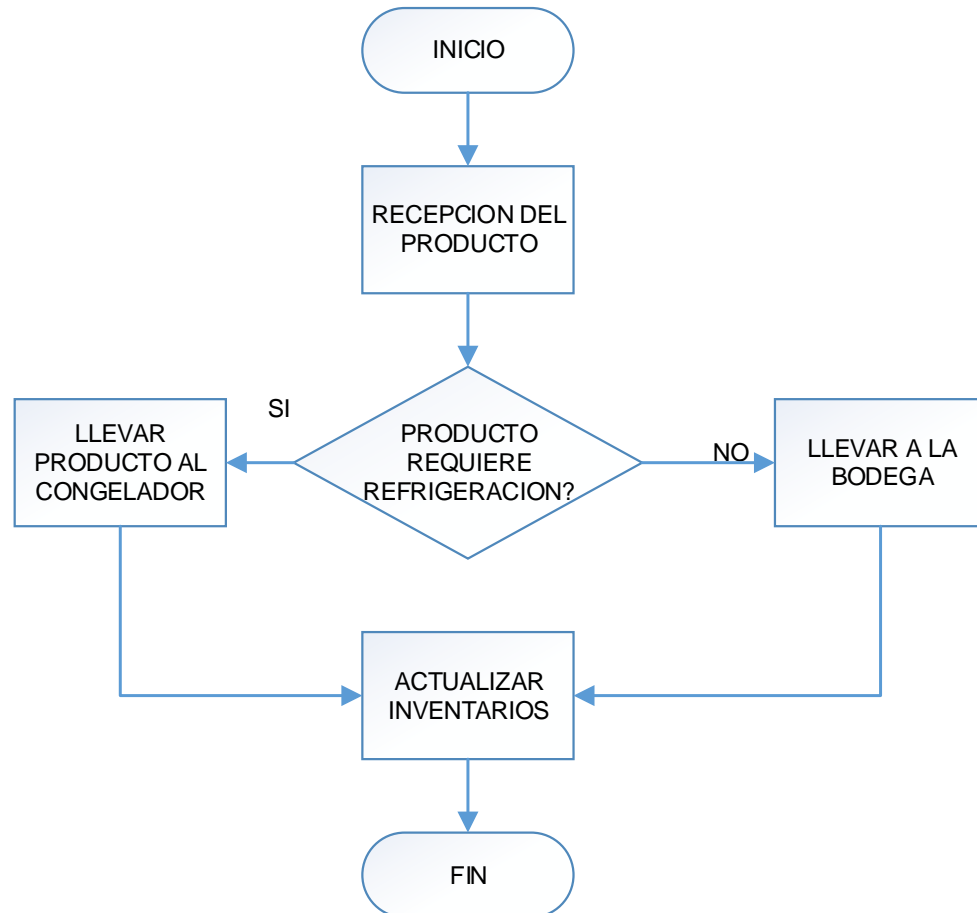
Figura 3. Proceso para compra de insumos



Fuente: Elaboración propia

Proceso de clasificación y almacenamiento de insumos:

Figura 4. Clasificación y almacenamiento de insumos



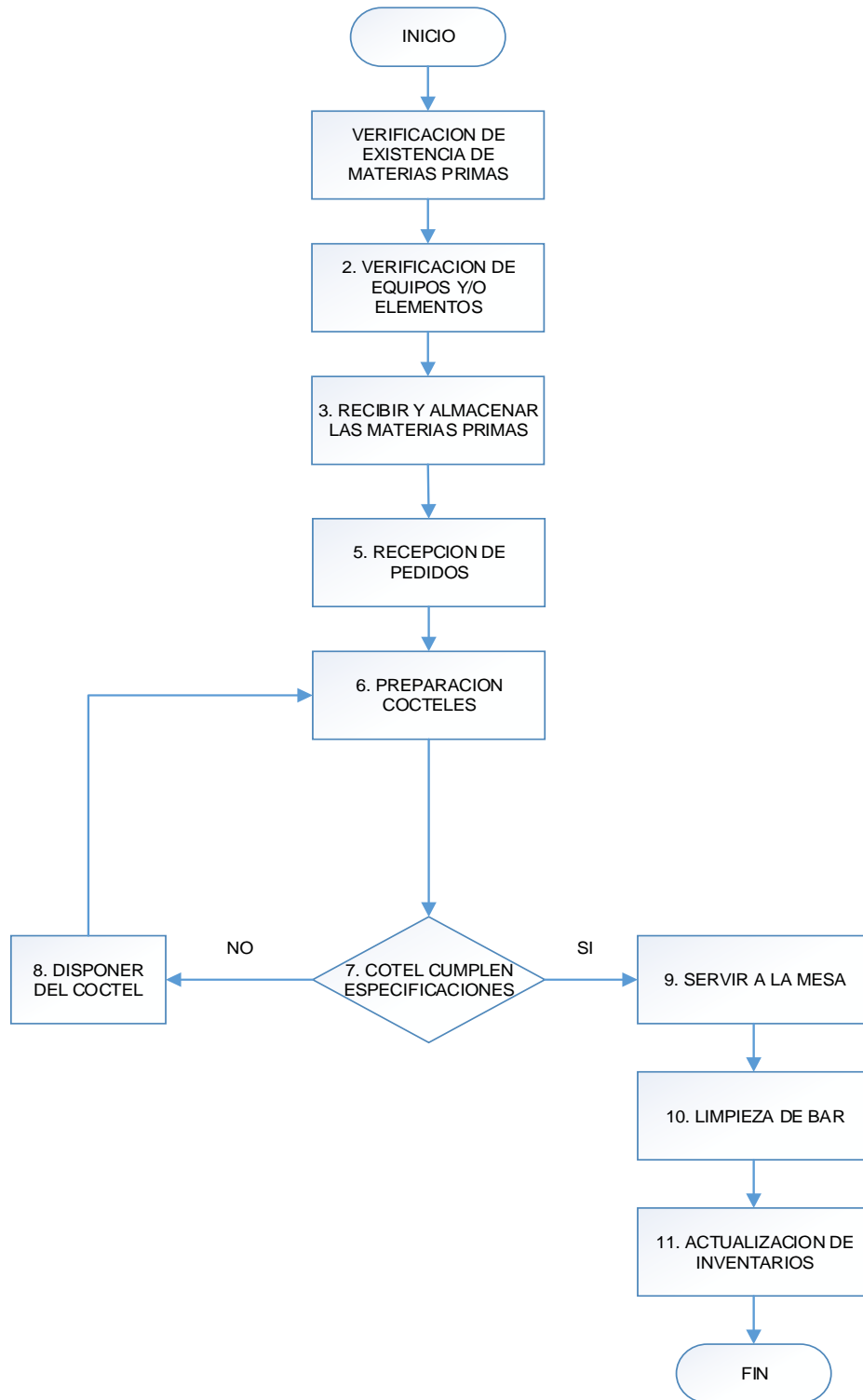
Fuente: Elaboración Propia

En el anterior flujograma se puede observar que existe un proceso general para recepción de todas las compras que se realicen, con el fin de garantizar la calidad de los productos, así como tener un inventario actualizado de los mismos.

Procesos Área de Cocina

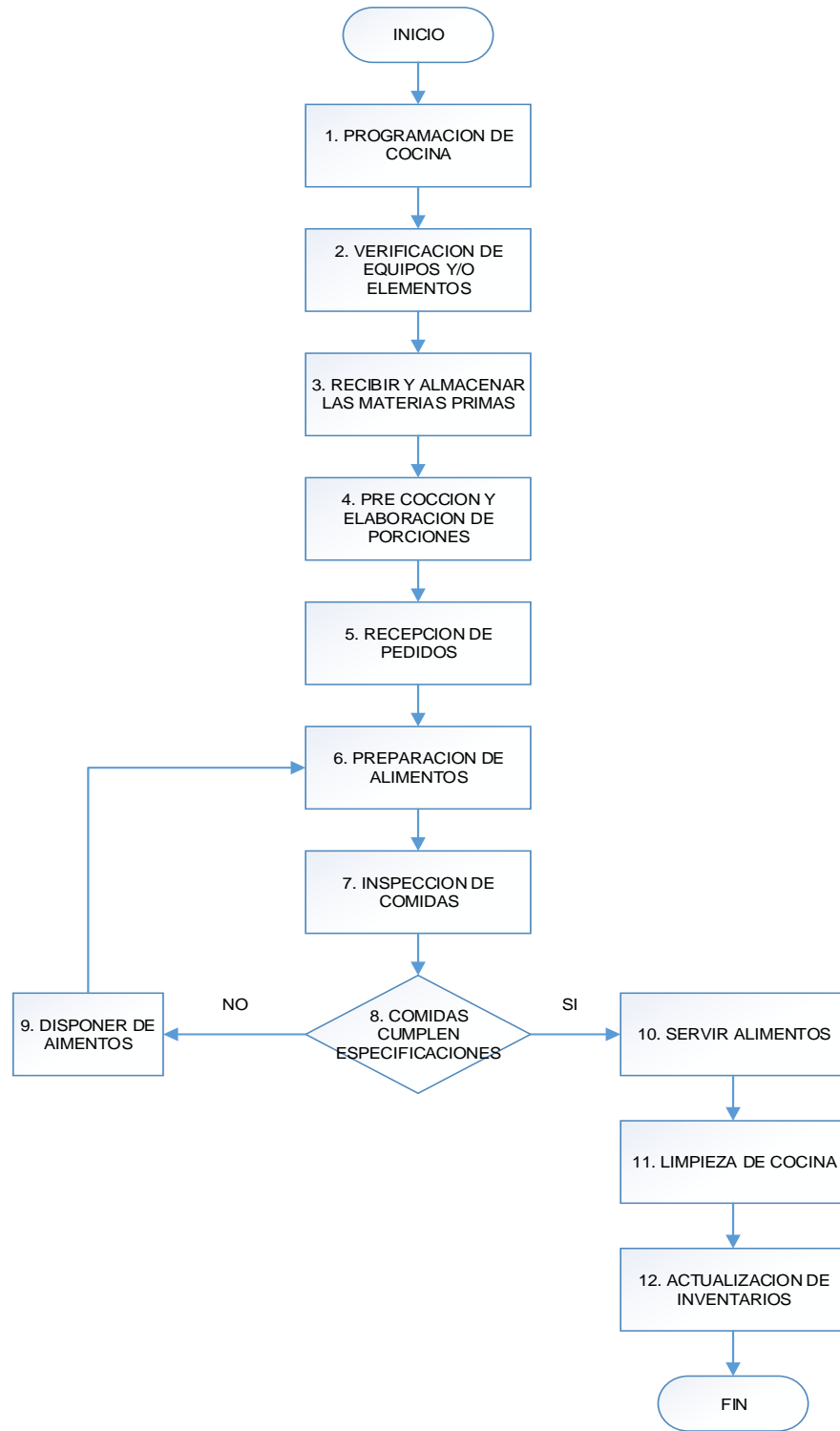
A continuación se muestra el Proceso de Elaboración de Alimentos y bebidas:

Figura 5. Elaboración de bebidas



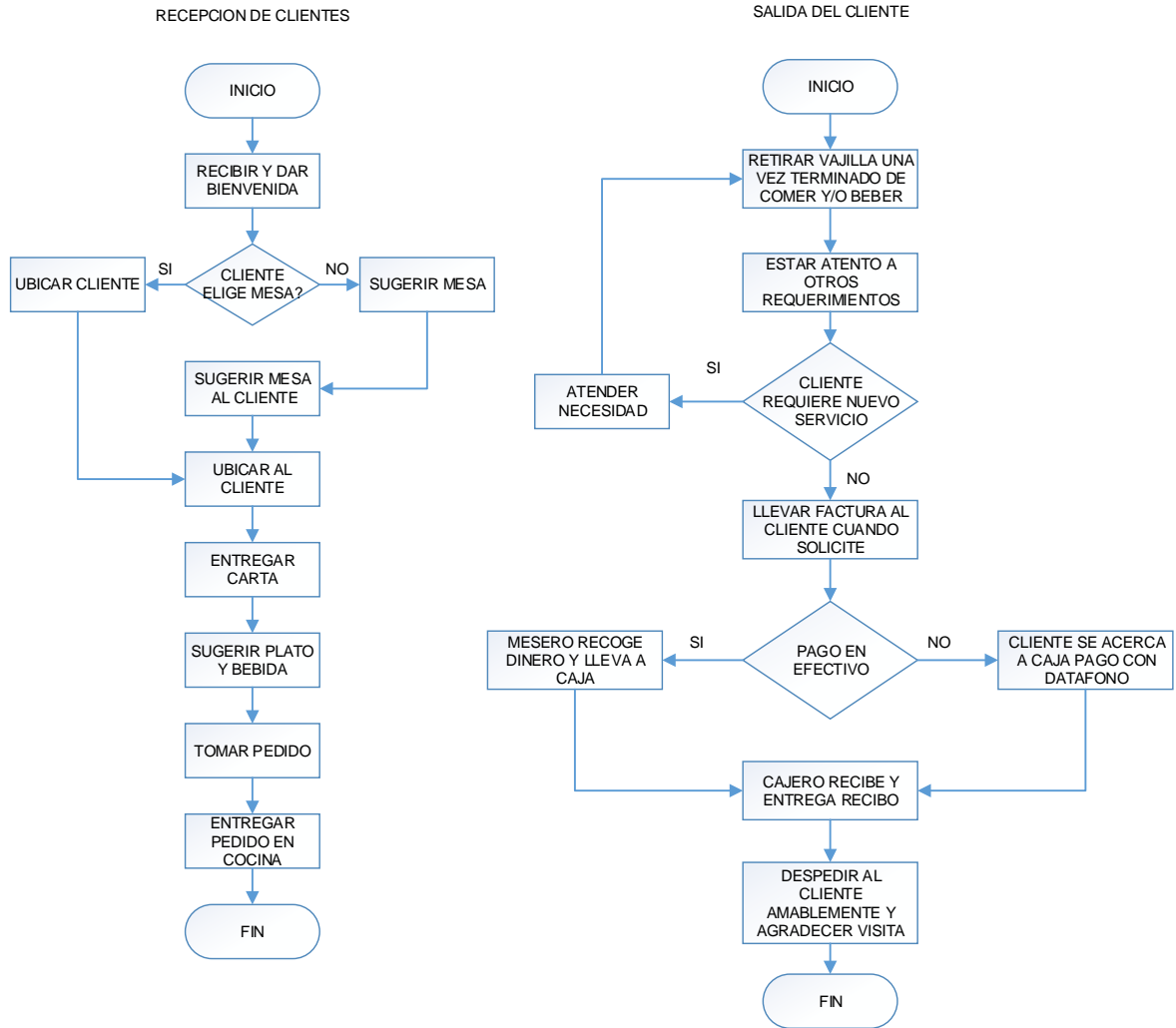
Fuente: Elaboración propia

Figura 6. Elaboración de alimentos



Fuente: Elaboración Propia

Figura 7. Recepción y salida del cliente



Fuente: Elaboración Propia

Siendo la recepción y atención de los clientes uno de los pilares fundamentales para lograr el éxito con cada uno de los clientes, se establecieron los flujogramas anteriores, con el fin que el mesero tenga en cuenta su importancia en el proceso.

6.2 TECNOLOGÍAS Y PROCESOS DE PRODUCCIÓN

6.2.1 Tecnología. Los procesos que se llevan cabo en el establecimiento son de fácil realización teniendo en cuenta que la carta consta de un menú fijo, por lo cual no se requiere de las tecnologías de moda⁵ y emergentes⁶ que existen para la recepción de pedidos, elección del menú, reservas o control de ocupación.

Para los procesos de facturación administrados en caja y los descargues de inventario, así como el sistema de pago a proveedores, se utilizara software especializado y con tecnología de moda, lo cual contribuirá a la gestión de administración del establecimiento.

Descripción de la Carta Ofrecida:

Los alimentos y bebidas ofrecidos en la carta estarán acorde con el espíritu del emprendimiento, ofreciendo una amplia variedad de comidas rápidas y bebidas de diseño excluyendo totalmente las bebidas que contengan alcohol. La variedad ofrecida se muestra en el Anexo D.

6.2.2 Maquinaria y equipo. En lo que respecta a la cocina se adquirirán equipos con tecnología de moda que garanticen unas instalaciones 100% seguras tanto en su funcionamiento como para el personal que laborará en ella. La tecnología de estos equipos garantizará el cumplimiento de los requerimientos técnicos y normativos definidos la tabla 9.

⁵ BUSTAMANTE ÁLZATE, Guillermo León. En función del ciclo de vida son a aquellas tecnologías que ya han surgido y tienen amplias perspectivas, se hayan en pleno crecimiento. Constituyen la base de una ventaja competitiva. Pautas para la iniciación y planificación de proyectos de inversión en bienes de capital. Capítulo 5: Estudio Técnico. 2012.

⁶ BUSTAMANTE ÁLZATE, Guillermo León. En función del ciclo de vida son a aquellas tecnologías realmente nuevas, serán el fundamento de una base competitiva futura, son tecnologías nacientes que en un futuro cercano serán comercializadas. Pautas para la iniciación y planificación de proyectos de inversión en bienes de capital. Capítulo 5: Estudio Técnico. 2012.

6.2.3 Mano de obra. Es de consecución local, se ajustaron los perfiles teniendo en cuenta el nivel educativo de la mano de obra calificada y no calificada en la región, basados en los estudios publicados por el Centro de Estudios Regionales – CER. En el Anexo C se detalla el manual de funciones de cada uno de los cargos.

6.3 DEMOGRAFÍA

6.3.1 Macrolocalización. El proyecto se localiza en la ciudad de Barrancabermeja, Santander, capital de la Provincia De Mares.

Se ubica geográficamente en el denominado Magdalena Medio Santandereano, constituyéndose por tal motivo en un importante centro de comunicaciones por vía terrestre y fluvial, además de punto de encuentro de la gran mayoría de etnias y personas de distintas regiones del país.

Cuenta con una extensión en su área metropolitana de 1154 Km² y una población proyectada según el censo del DANE del año 2005, de 191.718 habitantes a 2012.

Imagen 2. Macro localización



Fuente: Google Earth

6.3.2 Emplazamiento. El proyecto se ubicara en la Ciudad de Barrancabermeja, Comuna 1, Barrio el Recreo; se eligió este sitio por ser un punto de reunión habitual en la ciudad, además de estar cerca de la Zona Rosa de la ciudad, supermercados y de la mayor concentración de locales de comida rápidas de la ciudad. Entre los establecimientos de comida rápida que se encuentran en la zona seleccionada cabe mencionar: La Salchicha de Jose, Búfalo Sentado, Yoyodog, Ketako, Comics Pizza, Fortys, Frisby, Zirrus Pizza, entre otros.

Además se encuentra cerca de los principales corredores viales de la ciudad, como son la Carrera. 58, las Calles 50 y 52; cuenta además con cercanía a la principal estación de taxis en el parque Camilo Torres localizado entre las calles 52 y 52A y la carreras 24 y 28.

Tomando como base el censo empresarial de Barrancabermeja realizado en febrero de 2004, por el Centro de Estudios Regionales - CER, que identificó que en este sector se encuentra el 37.1% del total de establecimiento comerciales existentes en Barrancabermeja, según lo precitado se determina la facilidad de acceso desde cualquier punto de la Barrancabermeja, podría llamarse que este sitio se conoce también como la “Vitrina Comercial”, como se muestra en la siguiente tabla la comuna 1, es la que más incrementa la creación de empresas en la ciudad de Barrancabermeja.

Tabla 2. Creación de Empresas en Barrancabermeja

Periodo	Com. 1	Com. 2	Com.3	Com. 4	Com. 5	Com. 6	Com. 7
2001 - 2003	42%	42.30%	54.80%	54.30%	56.12%	62.70%	60.90%
1995-2000	22.80%	26%	24.80%	26.30%	23.24%	23.90%	23.20%
1990-1994	10.90%	11%	9.45%	7.70%	8.94%	6.60%	6.20%
Más de 15 años	22.70%	19%	9.70%	10%	10.59%	6.60%	8.70%
N/S	1.31%	1.50%	1%	1.40%	1.10%		0.91%

Fuente: Censo Empresarial de Barrancabermeja, Centro de Estudios Regionales CER – Barrancabermeja 2004

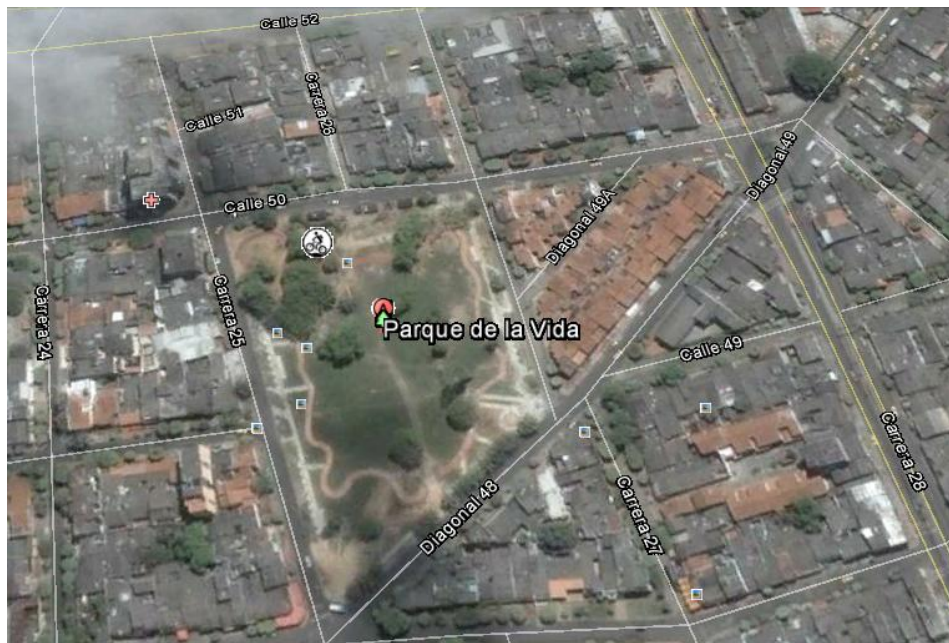
En Barrancabermeja existen 1.293 establecimientos que se dedican a actividades de servicios de los cuales el 49% de los mismos se encuentran ubicados en ésta comuna, de los 2.828 establecimientos de comercio el 37%, es decir 1.047 establecimientos se encuentran establecidos en esta zona, como se observa en la siguiente en la siguiente tabla:

Tabla 3. Actividades comerciales en Barrancabermeja.

Actividad	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	Total establecimientos
Producción y/o fabricación	214	73	156	157	184	98	106	988
Comercio	1,047	348	353	246	410	176	248	2,828
Servicios	634	176	136	84	133	49	81	1,293
Total	1,895	597	645	487	727	323	435	

Fuente: Censo Empresarial de Barrancabermeja, Centro de Estudios Regionales CER – Barrancabermeja 2004

Imagen 3. Mapa Ubicación geográfica de la Comuna 1.



Fuente: Google Earth

En base a lo anterior, se observa que el emplazamiento seleccionado cuenta con excelentes corredores de movilidad que permiten el desplazamiento de los clientes potenciales y zonas de parqueo autorizadas en el Parque de la Vida.

Podemos añadir que la cercanía con otros establecimientos del sector de los restaurantes, permite aprovechar economías de escala externas creadas por el entorno, tales como ubicarse en las rutas establecidas de los distribuidores, cajeros automáticos, vigilancia comunal establecida, etc. Además se contara con la cercanía de personal calificado en las labores del medio restaurador como opción de mano de obra y de otros ofrecen diferentes servicios de mantenimiento y reparación de equipos.

Obras Físicas

Para el presente estudio las obras físicas corresponden a la remodelación del lugar, la adquisición de mobiliario, maquinaria, equipos y elementos de aseo, que debe adquirir y proveer los inversionistas, para poder iniciar el proyecto y durante su ejecución.

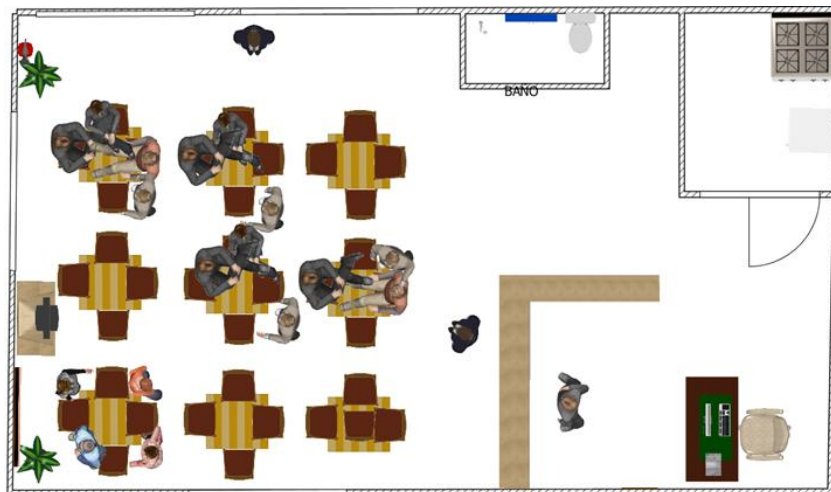
Dimensionamiento del Bar- Restaurante

Esta verificación se realiza mediante la cuantificación del mobiliario del espacio destinado para el área de servicio, bar y cocina.

Zona Pública y Privada: Un bar le da su nombre la barra o mostrador, la cual divide el local en dos partes: la zona pública, donde los clientes permanecen junto a la barra, de pie o sentados en taburetes o banquetas altas; detrás de la barra, en la zona privada, que es donde se ubicara la parte administrativa, operativa del lugar, de igual manera es donde se ubican los muebles, aparatos y utensilios necesarios para prestar el servicio, entre los que se encuentra. La caja registradora, estanterías

Área de Mesas y Sillas: En este punto y teniendo en cuenta el porcentaje establecido de población Cristiana en Barrancabermeja, se tomó como base mesas para cuatro (4) personas, iniciando con nueve (9) mesas, y para su distribución y dimensiones se tiene en cuenta las normas del libro “Arte de Proyectar en Arquitectura⁷⁷”, su distribución se realizará de en paralelo:

Imagen 4. Distribución del lugar



Fuente: Elaboración propia

⁷⁷ NEUFERT, Ernst. Profesor de la Escuela Politécnica de Darmstadt. Fundamentos, Normas y Prescripciones sobre Construcción, Instalaciones, Distribución y Programas de necesidades, Dimensiones de Edificios, Locales y Utensilios. Editorial Fustavo Gili, S.A.A Barcelona 1995.

Se tendrá un área de cocina, donde se prepararan las comidas rápidas y se contara con baño y decoración acorde.

Tabla 5. Turnos de trabajo.

Día	Turno de la mañana	Turno de la tarde	Horas en la mañana	Horas en la tarde
Lunes	10:00 a 15:00	17:00 a 22:00	5	5
Martes	10:00 a 15:00	17:00 a 22:00	5	5
Miércoles	10:00 a 15:00	17:00 a 22:00	5	5
Jueves	10:00 a 15:00	17:00 a 22:00	5	5
Viernes	10:00 a 15:00	17:00 a 22:00	5	5
Sábado	10:00 a 15:00	17:00 a 22:00	5	5
Domingo	10:00 a 15:00	17:00 a 22:00	5	5

Fuente: Elaboración Propia

Dotación del personal en el Bar – Restaurante

Acorde con el Artículo 230 del Código Laboral Colombiano, modificado por la Ley 11 de 1984, Artículo 7, el patrono tiene la obligación de suministrar cada cuatro (4) meses un par de zapatos y vestido de labor al trabajador cuya remuneración mensual menor o igual a dos (2) SMMLV.

CAPACIDAD DEL ESTABLECIMIENTO:

Este tendrá una capacidad de 30 clientes, atendidos en una sola planta.

Se contará con seis (6) mesas con capacidad para cuatro personas y seis (6) sillas altas para la barra de bebidas.

CAPACIDAD INSTALADA:

Corresponde a la capacidad máxima del establecimiento en la prestación del servicio considerando la ocupación total de éste, teniendo en cuenta el tiempo de

preparación de alimentos y bebidas y atención por cliente en el horario establecido.

Horario de Trabajo. Se proyecta trabajar de la siguiente manera: Lunes a sábado: 10:00 am 15:00 y de 17:00 a 22:00, para un total de 10 horas, equivalente a 600 minutos diarios de trabajo

Horario de atención: 10:30 am – 14:30 y 15:30 a 21:30, para un total de 8 horas diarias, lo que equivale a 480 minutos diarios de servicio

Tiempo de preparación del menú relacionado con comidas y atención por cliente: 10 minutos⁸

Tiempo de preparación del menú relacionado con bebidas y atención por cliente: 5 minutos

Días de trabajo semanales: 7

Cuantificación de venta de comida por capacidad instalada:

Capacidad diaria por comida: $480 \text{ minutos} / 10 \text{ minutos} - \text{cliente} = 48 \text{ clientes diarios} / \text{comidas diarios}$

Capacidad semanal: $48 \text{ clientes diarios} * 7 \text{ días} = 336 \text{ comidas semanales}$

Capacidad mensual: $336 \text{ comidas semanales} * 4 \text{ semanas de trabajo} = 1344 \text{ comidas mensuales}$

Capacidad anual: $1344 \text{ comidas mensuales} * 12 \text{ meses} = 16128 \text{ comidas anuales}$

Cuantificación de venta de bebidas no alcohólicas por capacidad instalada:

Capacidad diaria por comida: $480 \text{ minutos} / 5 \text{ minutos} - \text{cliente} = 96 \text{ clientes diarios} / \text{comidas diarios}$

Capacidad semanal: $96 \text{ clientes diarios} * 7 \text{ días} = 672 \text{ bebidas semanales}$

⁸ Datos suministrados por Yesid Díaz Gómez, Jefe de Cocina – Birrería 15 – 16 Centro Comercial El Cacique Local 415 - Bucaramanga

Capacidad mensual: $672 \text{ bebidas semanales} * 4 \text{ semanas de trabajo} = 2688$
bebidas mensuales

Capacidad anual: $2688 \text{ bebidas mensuales} * 12 \text{ meses} = 32256$ bebidas anuales

CAPACIDAD PROYECTADA

Corresponde a la capacidad esperada del bar – restaurante, teniendo como objetivo una ocupación promedio del 90%.

Capacidad al máximo del bar restaurante: 30 personas

Capacidad instalada en relación a comidas: 48 personas

Capacidad proyectada (90%) = 43.2 clientes diarios

Capacidad esperada con relación a comidas: 43.2 clientes diarios /comidas diarios

Capacidad mensual de comidas: $43.2 \text{ comidas diarias} * 4 \text{ semanas} = 172.8$
comidas mensuales

Capacidad anual de comidas: $172.8 \text{ comidas mensuales} * 12 \text{ meses} = 2073.6$
comidas anuales

Capacidad al máximo del bar restaurante: 30 personas

Capacidad instalada en relación a bebidas 96 personas

Capacidad proyectada (90%) = 86.4 clientes diarios

Capacidad esperada con relación a bebidas: 86.4 clientes diarios / bebidas diarios

Capacidad mensual de bebidas: $86.4 \text{ bebidas diarias} * 4 \text{ semanas} = 345.6$ bebidas
mensuales

Capacidad anual de comidas: $345.6 \text{ bebidas mensuales} * 12 \text{ meses} = 4147.2$
bebidas anuales

6.4 ESTUDIO LEGAL

La asociación comercial para la creación del establecimiento creado en el presente proyecto es la Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS), pues desde su entrada en vigencia, el 54% de las empresas que se han creado en Colombia, lo han hecho bajo esa figura.

Esta asociación comercial fue creada mediante la Ley 1258 de 2008, brinda las ventajas de las sociedades anónimas y permite diseñar mecanismos de direccionamiento de las empresas de acuerdo a las necesidades, entre sus principales ventajas y beneficios se encuentran:

Los empresarios pueden fijar las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad y contar con estatutos flexibles que se adapten a las condiciones y a los requerimientos de cada empresario.

Se puede crear mediante documento privado, lo cual le ahorra a la empresa tiempo y dinero.

No se requiere establecer una duración determinada. La empresa reduce costos, ya que no tiene que hacer reformas estatutarias cada vez que el término de duración societaria esté próximo a caducar.

El objeto social puede ser indeterminado. Las personas que vayan a contratar con la SAS, no tienen que consultar e interpretar detalladamente la lista de actividades que la conforman para ver si la entidad tiene la capacidad para desarrollar determinada transacción.

Por regla general no exige revisor fiscal. La SAS solo estará obligada a tener revisor fiscal cuando los activos brutos a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior, sean o excedan el equivalente a tres mil salarios mínimos.

Para proceder con la creación del establecimiento y garantizar el éxito del mismo en materia de legislación se tendrán en cuenta las normas vigentes en Colombia para la creación de este tipo en empresas, las cuales se encuentran relacionadas en el anexo E. Pasos Constitución de la Empresa, en el cual se detalla todos los pasos para este tipo de sociedades. S.A.S- Sociedad por Acciones Simplificadas y sus ventajas.

En general se cumplir con los siguientes requisitos⁹:

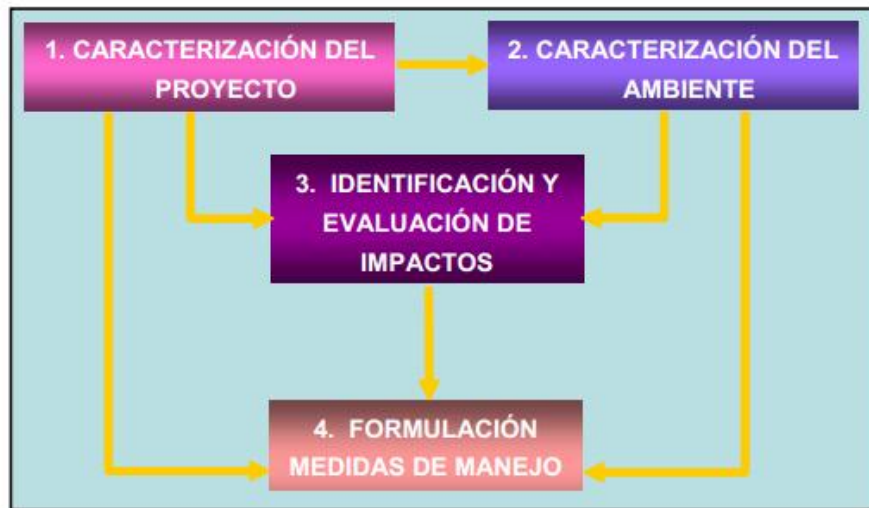
- Cumplir con todas las normas referentes al uso del suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y demás lineamientos expedidos por la entidad competente del municipio.
- Para la ubicación de los tipos de establecimientos se realizara de acuerdo a lo determinado en el POT.
- Cumplir con las condiciones sanitarias y ambientales según el caso descritas por la ley 9 de 1979 y demás normas vigentes sobre la materia.
- Cancelar los derechos de autor previstos en la Ley 23 de 1982 y demás normas complementarias
- Obtener y mantener vigente la matrícula mercantil, tratándose de establecimientos de comercio.
- Comunicar en las respectivas oficinas de planeación o. quien haga sus veces de la entidad territorial correspondiente, la apertura del establecimiento.
- Certificado de Derechos de Autor de la Oficina de SAYCO y ACINPRO
- Cancelar los impuestos de carácter distrito y municipal.

⁹ ACTUALICESE.COM. Disponible en: <http://actualicese.com/actualidad/2009/09/09/requisitos-que-se-exigen-para-abrir-establecimientos-de-comercio/> (Citado Septiembre de 2013)

6.5 ESTUDIO AMBIENTAL

Para todo proyecto en general se debe tener en cuenta la parte ambiental en interacción con el mismo:

Figura 8. Esquema General de la EIA¹⁰



Fuente: Basados en la Evaluación de Impacto Ambiental se enfocara la Matriz de Leopold en la Identificación de los impactos:

¹⁰ ARBOLEDA G., Jorge A. Manual de Evaluación de Impacto Ambiental, Proyectos, Obras Actividades.

Tabla 4. Matriz de Leopold Identificación de Impactos ambientales.

FACTORES AMBIENTALES IMPACTOS			ACTIVIDADES										
			FASE DE IMPLEMENTACION				FASE DE OPERACIÓN						
			Limpieza del inmueble	Adquisición de Equipos	Adquisición de Mobiliario	Instalación de Equipos y Mobiliario	Compra y/o adquisición de insumos	Adquisición de elementos de limpieza (biodegradables)	Limpieza y mantenimiento	Disposición de Residuos	Adquisición de Luminarias ahorradoras	Funcionamiento	
CARACTERÍSTICAS FÍSICO QUÍMICAS	AIRE	Calidad	X	X	X	X			X	X	X		
		Emisión de gases											X
		Generación de Ruido				X						X	X
	SUELO	Contaminación por residuos líquidos				X	X		X	X			X
		Contaminación por residuos sólidos											
	AGUA	Calidad						X					X
		Contaminación por residuos líquidos				X	X		X	X			X
		Contaminación por residuos sólidos				X	X		X	X			X
	MEDIOS SOCIO ECONÓMICOS Y CULTURAL	SOCIO ECONÓMICO	Generación de Empleo	X	X	X	X	X	X	X	X		X
Desarrollo social y económico			X	X	X	X	X						X
ESTÉTICOS Y DE INTERÉS HUMANO		Espacios abiertos											X
		Aspectos físicos singulares											X

Fuente: Autores del Proyecto

Estos impactos son directos, dado que se causan por el proyecto, se identifican para mitigarlos, de acuerdo a:

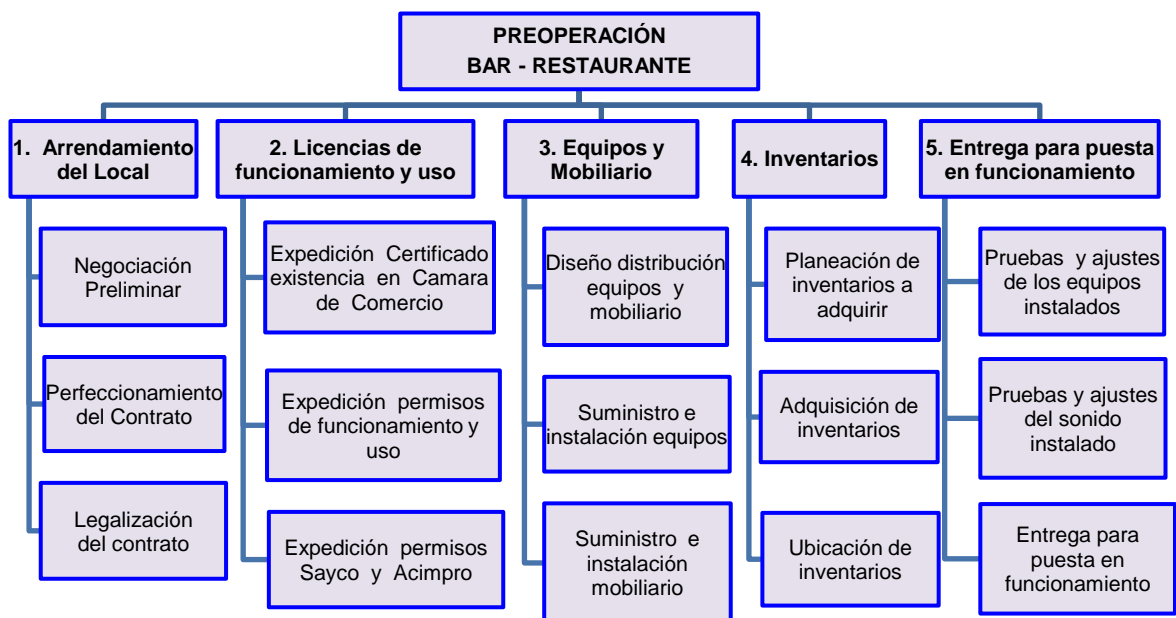
Se establecerán directrices conforme a lo establecido en las normas y leyes vigentes, para mitigación de ruidos, decibeles producidos, el manejo de residuos líquidos y sólidos, disposición de residuos.

El mantenimiento y aseo del establecimiento se realizara diariamente, además de ser separados los elementos en sus respectivas bolsas según lo establecido en la normatividad, a los equipos de oficina y audiovisuales se les realizara los mantenimientos requeridos para un óptimo funcionamiento, adquisición de elementos de aseo biodegradable.

6.6 ORGANIZACIÓN Y OPERACIÓN

La organización del proyecto del bar - restaurante se realiza tanto en el periodo de ejecución (pre- operativo) como el de operación, las funciones y responsabilidades del personal se encuentran en el anexo C

Figura 9. Estructura de trabajo del Bar restaurante en el periodo pre operativo.



Fuente: Elaboración propia

6.6.1 Estructura organizacional. El organigrama de la empresa es la representación gráfica de la estructura orgánica que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos y líneas de autoridad¹¹

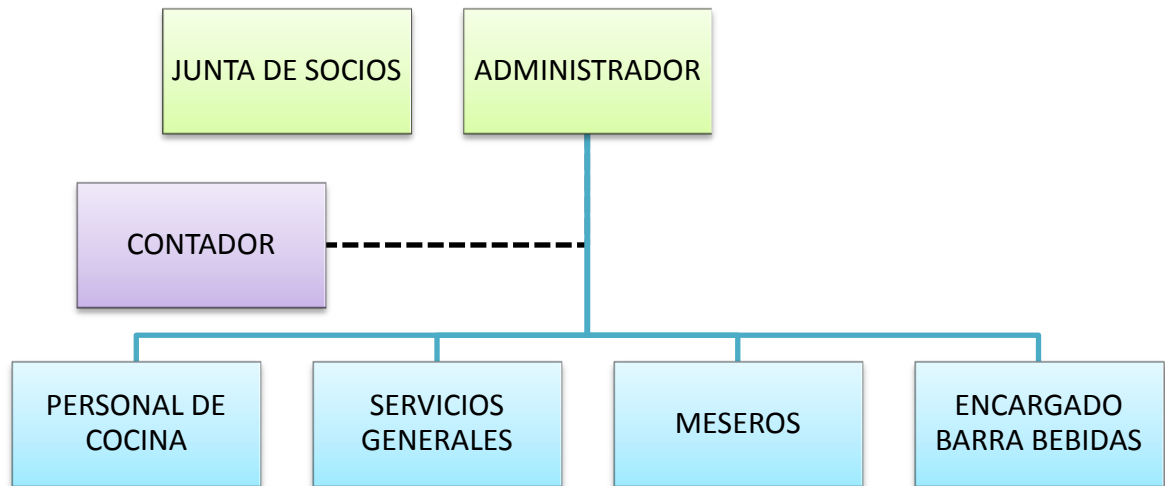
¹¹ BENJAMÍN, Enrique; FINCOWSKY, Franklin. Organización De Empresas - Mac Graw Hill 3era Edición.

Para una adecuada estructuración y fácil comprensión del organigrama que regirá en el establecimiento, se tendrán en cuenta en su diseño las siguientes características generales:

- Por su naturaleza será de tipo Micro Administrativo, ya que la descripción que se hará corresponde a una sola organización, refiriéndose en forma global a las áreas que la conforman.
- Por su Finalidad se cataloga como Formal, ya que este representara el modelo de funcionamiento planificado o formal de la organización, una vez aprobado este.
- Por su Ámbito se considerará General, teniendo en cuenta que contendrá la información representativa de la organización hasta determinado nivel jerárquico, según su magnitud y características.
- Por su Contenido se catalogará como Integral, conteniendo la representación gráfica de todas las unidades administrativas y operacionales de la organización, y sus relaciones de jerarquía o dependencia.
- Por su Presentación o Disposición Gráfica será de Tipo Vertical, presentando las unidades ramificadas de arriba abajo a partir del titular, en la parte superior, desagregando los diferentes niveles jerárquicos en forma escalonada. Se considera el adecuado porque esta estructura muestra de manera clara la jerarquía existente en el establecimiento y los conductos regulares a seguir.

De acuerdo con lo anterior y teniendo en cuenta los cargos y niveles de jerarquía propuestos para el tema de estudio, obtenemos como resultado el siguiente Organigrama:

Figura 10. Estructura Organizacional.



Fuente: Elaboración propia

En el ANEXO C, se presenta una descripción detallada de cada uno de los cargos, en la cual se incluyen las funciones a desempeñar, deberes, perfiles y experiencia requerida para aplicar al cargo.

7. ESTUDIO FINANCIERO

En éste estudio se pretende determinar la Pre-factibilidad financiera del proyecto, para garantizar la existencia de recursos durante la operación y cumplir con las obligaciones como se muestra en los diferentes flujos del proyecto, además se pretende determinar la estructura financiera y determinar los costos financieros durante el horizonte de planificación.

Las proyecciones macroeconómicas se tomaran de Bancolombia, los cuales se tienen como base porque estos estudios nos brindan una descripción del crecimiento de una economía en un determinado lapso de tiempo hacia el futuro Indicadores económicos a tener en cuenta.

Tabla 6. Índices Macroeconómicos del Proyectos

Variables Macroeconómicas									
Variables Macroeconómicas	Unidad	AÑO							
		2011	2012	2013	2014 P	2015 P	2016 P	2017 P	2018 P
Inflación (IPC Variación anual)	%	3.73%	2.44%	1.94%	3.01%	3.06%	3.14%	3.10%	3.06%
Crecimiento PIB (Variación anual)	%	5.90%	3.60%	4.00%	4.73%	4.88%	4.44%	4.66%	4.70%
Devaluación (Promedio Anual)	%	2.64%	-2.69%	-1.86%	0.57%	-4.00%	-0.94%	2.78%	-0.48%
Precios al Productor (IPP Variación Anual)	%	5.51%	-2.95%	1.87%	2.71%	3.51%	3.72%	3.80%	-3.50%
DTF (Promedio Anual)	%	4.35%	5.34%	4.30%	4.61%	4.67%	4.74%	4.33%	4.46%

De la siguiente tabla se toman los Índices Macroeconómicos más relevantes para este proyecto

Tabla 7. Indicadores Macroeconómicos

Indicadores económicos y de mercado proyectados 2012-2018								
Economía América Latina	2,011	2012 py	2013 py	2014 py	2015 py	2016 py	2017 py	2018py
Tasa de interés pol. monetaria (fin de año)	7.40%	5.80%	6.20%	6.80%	6.80%	6.40%	6.20%	6.20%
Inflación fin de año (IPC variación anual)	7.00%	6.20%	6.20%	6.20%	5.70%	5.40%	5.30%	5.20%
Crecimiento del PIB (variación anual)	4.30%	3.10%	3.80%	4.00%	4.10%	4.20%	4.10%	4.00%
Economía Colombia	2,011	2012 py	2013 py	2014 py	2015 py	2016 py	2017 py	2018py
PIB (variación Anual)	5.9%	4.5%	4.50%	4.73%	4.58%	4.44%	4.66%	4.70%
Déficit GNC (%PIB)	-2.80%	-2.30%	-2.00%	-2.00%	-1.90%	-1.80%	-1.70%	-1.50%
Déficit cuenta corriente (%PIB)	-3.01%	-3.11%	-2.90%	-2.85%	-2.70%	-2.75%	-2.82%	-2.50%
Tasa de desempleo (trece ciudades)	10.40%	10.2%	9.28%	9.16%	9.02%	8.75%	8.74%	8.62%
Inflación (IPC variación anual)	3.73%	3.09%	3.58%	3.01%	3.06%	3.14%	3.10%	3.06%
Precios al productor (IPP variación anual)	5.51%	0.64%	3.56%	2.71%	3.51%	3.72%	3.80%	3.50%
Tasas de Interés Locales	2,011	2012 py	2013 py	2014 py	2015 py	2016 py	2017 py	2018py
Tasa de referencia Banrep (fin de año)	4.75%	4.75%	4.75%	4.50%	4.50%	4.50%	4.25%	4.50%
DTF (promedio anual)	4.35%	5.09%	4.85%	4.61%	4.42%	4.74%	4.33%	4.46%
IBR overnight (promedio anual)	4.33%	4.98%	4.78%	4.61%	4.55%	4.60%	4.41%	4.35%
Tasa TES 5 años (fin de año)	7.06%	5.40%	5.51%	5.42%	5.35%	5.35%	5.30%	5.19%
Tasa TES 10 años (fin de año)	7.60%	6.20%	6.33%	6.11%	5.98%	5.83%	5.70%	5.58%
Mercado Cambiario	2,011	2012 py	2013 py	2014 py	2015 py	2016 py	2017 py	2018py
Euro (EURUSD, fin de año)	1.2961	1.2598	1.2334	1.2858	1.3097	1.3206	1.3570	1.3831
Devaluación (fin de año)	0.70%	-5.08%	-3.26%	1.91%	-3.36%	-1.65%	-2.73%	1.37%
Devaluación (promedio anual)	2.64%	-2.60%	1.89%	-3.22%	-4.00%	-0.94%	2.78%	-0.46%
Precio del Dólar (\$ fin de año)	1,938.38	1,840	1,780	1,814	1,753	1,724	1,677	1,700
Precio del Dólar (\$) promedio anual)	1,848.03	1,800	1,834	1,775	1,704	1,688	1,735	1,727
Mercado Accionario Local	2,011	2012 py	2013 py	2014 py	2015 py	2016 py	2017 py	2018py
COLCAP (fin de año)	1,572	1,732	1,933	2,184	2,468	N.D	N.D	N.D
Valorización (fin de año)	-13.80%	10.21%	11.60%	13.00%	13.00%	N.D	N.D	N.D

Fuente: Calculos Grupo Bancolombia. py:proyectado

7.1 INVERSIÓN INICIAL

Se realizará la inversión en maquinaria y equipos requeridos para la fase de operación del proyecto, no se requiere tecnología avanzada o de características especiales.

Tabla 8. Equipos de Computo

Item	Descripcion	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (PCOL)
1	Computador portatil	UN	1	1,200,000
2	Impresora	UN	1	500,000
3	Datafono	UN	1	450,000
4	Estantes	UN	1	600,000
5	Archivador	UN	1	250,000
6	Escritorio	UN	1	800,000
7	Telefono inalambrico	UN	1	100,000
8	Caja registradora	UN	1	280,000
9	Software administrativo	UN	1	850,000
Inversión Total				\$ 5,030,000.00

Fuente: Elaboración propia

La maquinaria y Equipo se consideran dentro de la inversión inicial, están directamente relacionados con el buen funcionamiento del bar restaurante, por lo anterior estos elementos estarán dentro del inventario de la empresa.

Tabla 9. Maquinaria y Equipo

Item	Descripcion	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (PCOL)	Valor Total
1	Horno microondas	UN	1	320,000	320,000
2	Freidora Gas	UN	1	600,000	600,000
3	Estufa a gas	UN	1	3,400,000	3,400,000
4	Cafetera electrica	UN	1	160,000	160,000
5	Picadora Electrica	UN	1	65,000	65,000
6	Licuadaora	UN	1	220,000	220,000
7	Asador electrico	UN	1	80,000	80,000
8	Extractor de humos	UN	1	400,000	400,000
9	Balanza 2 Kg	UN	1	20,000	20,000
10	Refrigerador Congelador Industrial	UN	1	5,000,000	5,000,000
11	Set de cuchillos	UN	2	62,000	124,000
12	Pinzas para hielo	UN	3	7,000	21,000
13	Tablas para picar	UN	3	10,300	30,900
14	Cucharas medidoras	UN	3	8,000	24,000
15	Coladores	JG	3	3,000	9,000
16	Coctelera	UN	3	9,000	27,000
17	Exprimidor electrico	UN	2	70,000	140,000
Inversión Total				10,434,300	10,640,900

Fuente: Elaboración propia

La Vajilla y Cristalería es un elemento indispensable para el desarrollo de la actividad a desarrollar en el proyecto, se encuentran dentro del inventario de la empresa.

Tabla 10. Vajilla y Cristalería

Vajilla y Cristaleria					
Item	Descripcion	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (PCOL)	Valor Total Item (PCOL)
1	Juego de cubiertos	UN	50	\$ 5,000.00	\$ 250,000.00
2	Platos	UN	50	\$ 6,000.00	\$ 300,000.00
3	Vasos	UN	50	\$ 3,500.00	\$ 175,000.00
4	Copas	UN	100	\$ 3,700.00	\$ 370,000.00
					\$ 1,095,000.00

Fuente: Elaboración Propia

Los Muebles y Enseres son los elementos que estarán dentro del Inventario de la Organización y forman parte de los activos, están directamente relacionados con el servicio, el cliente tiene contacto directo con los mismos.

Tabla 11. Muebles y Enseres

Item	Descripcion	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (PCO)	Valor Total Item (PCOL)
1	Cuadros decorativos	UN	4	750,000	3,000,000
2	Televisor LCD	UN	2	1,200,000	2,400,000
3	Equipo de Sonido	UN	1	1,500,000	1,500,000
4	Aire Acondicionado	UN	2	1,300,000	2,600,000
5	Video Beam	UN	1	1,400,000	1,400,000
6	Pantalla Proyeccion Pared	UN	1	420,000	420,000
7	Mesa de cuatro puestos	UN	10	270,000	2,700,000
8	Sillas	UN	36	90,000	3,240,000
9	Silla Ergonomica	UN	1	200,000	200,000
Inversión Total					17,460,000

Fuente: Elaboración del Proyecto

En la siguiente tabla se ilustra la inversión inicial con respecto a las adecuaciones locativas del establecimiento, con el fin de poder brindar una mayor comodidad nuestros clientes.

Tabla 12. Infraestructura

Infraestructura				
Item	Descripcion	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (PCOL)
1	Adecuaciones civiles	GB	1	\$ 4,000,000.00
2	Adecuaciones electricas	GB	1	\$ 2,500,000.00
Inversión Total				\$ 6,500,000.00

Fuente: Autores del Proyecto

Los Gastos de Constitución se consideran dentro de la Inversión Inicial del Proyecto, ya que estos incluyen los egresos causados por los trámites para realizar la inscripción y puesta en funcionamiento del proyecto

Para la inversión inicial se requiere un monto de \$34.225.900

Tabla 13. Resumen de Inversión Inicial

INVERSION INICIAL	Anual
Equipo de Computo	5,030,000
Maquinaria y Equipo	10,640,900
Vajilla y Cristaleria	1,095,000
Muebles y Enseres	17,460,000
	34,225,900

Fuente: Elaboración Propia

7.2 COSTOS Y GASTOS OPERACIONALES

7.2.1 Costos Variables. Estos costos hacen referencia a los costos de producción que se modifican dependiendo del nivel de producción, para este proyecto se tendrán en cuenta los siguientes:

En la tabla de Comestibles – (Consumibles de Cocina), se tuvo en cuenta los gastos ocasionados por la compra de alimentos, víveres tales como: Carne, verduras, legumbres, leche, harina, arroz, azúcar, pollos y similares, necesarios

para prestar servicio de comidas rápidas y el suministro de cocteles en el establecimiento.

Tabla 14. Detalle de Comestibles

COCTEL	INGREDIENTE	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNIDAD	COSTO POR BEBIDA
CAMINO DE VICTORIA	Limonada	150	Mililitro	8.80	1,320.00
	Granadilla	60	Gramos	3.21	192.84
	Cerezas	40	Gramos	10.00	400.00
	COSTO				\$1,912.84
BRISAS DE GALILEA	Durazno	60	Gramos	6.50	390.00
	Jugo de Naranja	120	Mililitro	12.00	1,440.00
	Mango	120	Gramos	3.20	384.00
	Helado de naranja	60	Mililitro	8.00	480.00
	COSTO				\$2,694.00
SEMILLA DE MOSTAZA	Jugo de naranja	100	Mililitro	12.00	1,200.00
	Piña	60	Gramos	0.74	44.40
	Azúcar	40	Gramos	1.92	76.80
	Durazno	60	Gramos	6.50	390.00
	Helado de naranja	60	Mililitro	8.00	480.00
	COSTO				\$2,191.20
ADONAI	Leche	180	Mililitro	2.30	414.00
	Piña	60	Gramos	0.74	44.40
	Melocotón	60	Gramos	3.20	192.00
	Fresas	60	Gramos	4.00	240.00
	COSTO				\$890.40
SALOME	Jugo de naranja	80	Mililitro	12.00	960.00
	Limonada	90	Mililitro	8.80	792.00
	Granadilla	50	Gramos	3.21	160.70
	COSTO				\$1,912.70
NECTAR DE SAMARIA	Banano	30	Gramos	1.85	55.50
	Fresas	30	Gramos	4.00	120.00
	Yogurt	50	Mililitro	7.00	350.00
	Azúcar	40	Gramos	1.92	76.80

COCTEL	INGREDIENTE	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNIDAD	COSTO POR BEBIDA
	Granadilla	60	Gramos	3.21	192.84
	Agua Mineral	150	Mililitro	1.50	225.00
	COSTO				\$1,020.14
ALEGRE AMANECER	Leche de coco	150	Mililitro	17.00	2,550.00
	Azúcar	40	Gramos	1.92	76.80
	Cereza	30	Gramos	10.00	300.00
	COSTO				\$2,926.80
KIWI SODA	Kiwi	80	Gramos	8.00	640.00
	Agua Mineral	50	Mililitro	1.50	75.00
	Limonada	150	Mililitro	8.80	1,320.00
	Azúcar	40	Gramos	1.92	76.80
	COSTO				\$2,111.80
CHISPA REFRESCANTE	Kiwi	40	Gramos	8.00	320.00
	Banano	60	Gramos	1.85	111.00
	Azúcar	40	Gramos	1.92	76.80
	Limonada	40	Mililitro	8.80	352.00
	Agua Mineral	120	Mililitro	1.50	180.00
	COSTO				\$1,039.80
TROPICAL	Limonada	100	Mililitro	8.80	880.00
	Jugo de naranja	80	Mililitro	12.00	960.00
	Piña	100	Gramos	0.74	74.00
	COSTO				\$1,914.00

PLATO	INGREDIENTE	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNIDAD	COSTO POR PLATO
HAMBURGUESA	Pan	1	Unidad	320.00	320.00
	Queso	8	Gramos	44.00	352.00
	Carne	150	Gramos	15.00	2,250.00
	Tomate	15	Gramos	3.70	55.50
	Lechuga	15	Gramos	1.00	15.00
	Pepino	10	Gramos	6.60	66.00
	Cebolla	15	Gramos	1.40	21.00

PLATO	INGREDIENTE	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNIDAD	COSTO POR PLATO
COSTO					\$3,079.50
HAMBURGUESA RANCHERA	Pan	1	Unidad	320.00	320.00
	Carne	150	Gramos	15.00	2,250.00
	Tocineta	10	Gramos	12.00	120.00
	Queso	8	Gramos	44.00	352.00
	Cebolla	15	Gramos	1.40	21.00
	Pepino	10	Gramos	6.60	66.00
	Tomate	15	Gramos	3.70	55.50
	Lechuga	15	Gramos	1.00	15.00
COSTO					\$3,199.50
HAMBURGUESA DOBLE CARNE	Pan	1	Unidad	320.00	320.00
	Carne	150	Gramos	15.00	2,250.00
	Pollo	150	Gramos	8.00	1,200.00
	Queso	8	Gramos	44.00	352.00
	Cebolla	15	Gramos	1.40	21.00
	Tomate	15	Gramos	3.70	55.50
	Pepino	10	Gramos	6.60	66.00
	Lechuga	15	Gramos	1.00	15.00
COSTO					\$4,279.50
HAMBURGUESA DE POLLO	Pan	1	Unidad	320.00	320.00
	Pollo	150	Gramos	15.00	2,250.00
	Queso	8	Gramos	44.00	352.00
	Cebolla	15	Gramos	1.40	21.00
	Tomate	15	Gramos	3.70	55.50
	Lechuga	15	Gramos	1.00	15.00
	Pepino	10	Gramos	6.60	66.00
	COSTO				
PERRO CALIENTE	Pan	1	Unidad	260.00	260.00
	Salchicha de res	1	Unidad	1,200.00	1,200.00
	Queso	8	Gramos	44.00	352.00
COSTO					\$1,812.00
PERRO	Pan	1	Unidad	260.00	260.00

PLATO	INGREDIENTE	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNIDAD	COSTO POR PLATO
AMERICANO	Salchicha americana	1	Unidad	1,400.00	1,400.00
	Queso	8	Gramos	44.00	352.00
COSTO					\$2,012.00
PERRO RANCHERO	Pan	1	Unidad	260.00	260.00
	Salchicha de res	1	Unidad	1,200.00	1,200.00
	Tocineta	10	Gramos	12.00	120.00
COSTO					\$1,580.00
PERRO MIXTO	Pan	1	Unidad	260.00	260.00
	Salchicha de pollo	1	Unidad	1,200.00	1,200.00
	Tocineta	10	Gramos	12.00	120.00
	Queso	8	Gramos	44.00	352.00
COSTO					1,932.00
PAPAS A LA FRANCESA	Papas	125	Gramos	5.00	625.00
COSTO					\$625.00

Fuente: Autores del Proyecto

Tabla 15. Materia Prima Directa

Materia Prima Directa							
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (PCOL)	Consumo Diario	Inversión Mensual	Inversión anual
1	FRUTAS						
	Mango	KG	2	3,200	6,400	166,400	1,996,800
	Bananos	KG	1	1,850	1,850	48,100	577,200
	Cerezas	KG	1	10,000	10,000	260,000	3,120,000
	Limón	KG	1	3,400	3,400	88,400	1,060,800
	Naranja	KG	1	1,200	1,200	31,200	374,400
	Melocotón	KG	1	3,200	3,200	83,200	998,400
	Piña	KG	1	2,600	2,600	67,600	811,200
	Coco	KG	1	3,800	3,800	98,800	1,185,600

Materia Prima Directa							
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (PCOL)	Consumo Diario	Inversión Mensual	Inversión anual
2	VERDURAS						
	Cebolla cabezona blanca	KG	1	1,400	1,400	36,400	436,800
	Tomate	KG	1	3,700	3,700	96,200	1,154,400
	Lechuga	KG	1	850	850	22,100	265,200
	Pepino	KG	1	6,600	6,600	171,600	2,059,200
	Pimentón	KG	1	3,400	3,400	88,400	1,060,800
	Papa	KG	1	2,200	2,200	57,200	686,400
3	CONDIMENTOS Y SALSAS						
	Pimienta	LB	1	10,000	100	2,600	31,200
	Ajo	UN	1	300	300	7,800	93,600
	Sal	KG	1	800	8	208	2,496
	Azúcar	KG	1	1,920	480	12,480	149,760
	Laurel	KG	1	42,400	85	2,205	26,458
	Tomillo	KG	1	37,800	76	1,966	23,587
	Perejil	KG	1	7,200	22	562	6,739
	Salsa inglesa	LT	1	8,500	2,125	55,250	663,000
	Salsa tártara	LT	1	8,500	7,225	187,850	2,254,200
	Salsa de piña	LT	1	8,500	6,800	176,800	2,121,600
	Salsa rosada	LT	1	8,500	6,375	165,750	1,989,000
	Mostaza	LT	1	9,000	6,750	175,500	2,106,000
	Mayonesa	LT	1	8,100	7,290	189,540	2,274,480
4	CARNES BLANCAS						
	Pechuga	KG	1	8,000	8,000	208,000	2,496,000
5	CARNES ROJAS						
	Lomo de Res	KG	1	15,000	15,000	390,000	4,680,000
	Tocineta	KG	1	12,100	12,100	314,600	3,775,200
	Lomo de Cerdo	KG	1	12,000	12,000	312,000	3,744,000

Materia Prima Directa							
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (PCOL)	Consumo Diario	Inversión Mensual	Inversión anual
	Chorizo	KG	1	7,000	7,000	182,000	2,184,000
6	OTROS						
	Aceite de Oliva	LT	1	19,000	2,850	74,100	889,200
	Aceite Vegetal	LT	1	8,300	8,300	215,800	2,589,600
	Huevos de Codorniz	UN	1	125	3,000	78,000	936,000
	Huevos de gallina	UN	1	350	4,200	109,200	1,310,400
	Pan para hamburguesa	UN	1	400	8,000	208,000	2,496,000
	Pan para perro	UN	1	260	5,200	135,200	1,622,400
	Crema de Coco	LT	1	9,000	9,000	234,000	2,808,000
7	PRODUCTOS LÁCTEOS						
	Queso doble crema	KG	1	11,000	8,250	214,500	2,574,000
	Leche	LT	1	2,300	2,300	59,800	717,600
	Mantequilla	KG	1	15,800	14,220	369,720	4,436,640
	Yogurth	LT	1	7,000	5,250	136,500	1,638,000
8	HELADOS						
	Helado	LT	1	8,000	6,000	156,000	1,872,000
INVERSION TOTAL				334,555	218,905	5,691,530	68,298,360

Fuente: Autores del Proyecto

Consumibles Cocina, considerados en este ítem, los elementos que se requieren para prestar un mejor servicio a los clientes:

Tabla 16. Consumibles de Cocina

Consumibles Cocina						
Descripcion	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (PCOL)	Valor Total Item (PCOL)	Valor mensual	Valor Anual
Servilletas de papel (Paquete x 100)	UN	3	\$ 5,000	\$ 2,500	\$ 75,000	\$ 900,000
Papel aluminio (Por 100 metros)	Rollo	1	\$ 20,000	\$ 1,000	\$ 30,000	\$ 360,000
Guantes de mitrilo	PAR	3	\$ 4,800	\$ 48	\$ 1,440	\$ 17,280
Misceláneos	GB	1	\$ 50,000	\$ 12,500	\$ 375,000	\$ 4,500,000
INVERSION TOTAL				\$ 16,048	\$ 481,440	\$ 5,777,280

Fuente: Autores del Proyecto

Servicios Públicos, comprende los gastos por pagos de derechos y de consumo de servicios públicos domiciliarios en el establecimiento, tales como: agua, luz, gas, teléfono.

Tabla 17. Servicios Públicos

Servicios Públicos					
Item	Descripcion	Unidad	Cantidad	Valor Mensual (PCOL)	Valor Anual
1	Agua	GB	1	\$ 200,000	\$ 2,400,000
2	Gas	GB	1	\$ 100,000	\$ 1,200,000
3	Electricidad	GB	1	\$ 2,000,000	\$ 24,000,000
INVERSION TOTAL					\$ 27,600,000

Fuente: Autores del Proyecto

En conclusión se obtiene que con la proyección realizada en Ventas, en adquisiciones de materia prima se establezca un costo anual de \$101.675.640

Tabla 18. Resumen Costos Variables

COSTOS VARIABLES	Anual
Materia Prima	68,298,360
Servicios Públicos	27,600,000
Consumibles de Cocina	5,777,280
TOTAL	101,675,640

7.2.2 Costos Fijos. Estos se van a tener en cuenta siempre, ya que serán una constante de egresos para nuestro proyecto, sin tener en cuenta los volúmenes de producción.

Tabla 19. Otros Servicios, en éste ítem se tuvo en cuenta los egresos ocasionados por servicios complementarios como lo es la telefonía e internet.

Tabla 19. Otros Servicios

Otro servicios					
Item	Descripcion	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (PCOL)	Costo Anual
1	Telefonia, Internet, TV	GB	1	\$ 100,000.00	\$ 1,200,000.00

Fuente: Elaboración Propia

Elementos de Aseo, se incluyó los gastos causados por la compra de: baldes, escobas, traperos, detergentes, desinfectantes, guantes, jabón y demás elementos requeridos para mantener el Aseo y Orden en la planta física del establecimiento.

Tabla 20. Elementos de Aseo

Elementos de Aseo						
Item	Descripcion	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (PCOL)	Valor Mensual	Vlr Anual
1	Balde plastico	UN	3	\$ 10,000	\$ 30,000	\$ 30,000
2	Trapero	UN	4	\$ 12,000	\$ 48,000	\$ 192,000
3	Escoba	UN	4	\$ 8,500	\$ 34,000	\$ 136,000
4	Recogedor	UN	2	\$ 8,000	\$ 16,000	\$ 64,000
5	Guantes	UN	4	\$ 4,500	\$ 18,000	\$ 54,000
6	Paños multiusos (Paquete x 4)	UN	6	\$ 12,000	\$ 72,000	\$ 216,000
7	Desinfectante (1 Lt)	UN	2	\$ 7,000	\$ 14,000	\$ 168,000
8	Deregente en polvo (1 Kg)	UN	2	\$ 12,000	\$ 24,000	\$ 288,000
9	Blanqueador (1 Lt)	UN	2	\$ 7,000	\$ 14,000	\$ 168,000
10	Jabon lava vajillas	UN	2	\$ 6,000	\$ 12,000	\$ 144,000
11	Bomba succion	UN	1	\$ 8,000	\$ 8,000	\$ 16,000
12	Cepillo sanitario	UN	1	\$ 10,000	\$ 10,000	\$ 10,000
13	Ambientador	UN	1	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 60,000
14	Esponja	UN	1	\$ 1,000	\$ 2,500	\$ 15,000
Valor Inversión						\$ 1,561,000

Fuente: Elaboración Propia

Para el Rubro de Papelería y Útiles de Escritorio se tuvo en cuenta los gastos ocasionados por la adquisición de elementos necesarios para el funcionamiento del establecimiento, como papelería, formatos, lápices, borradores, tinta, fólderes, perforadoras, minas, sobres, clips, cosedoras, tinta para impresoras, acetatos y similares.

Tabla 21. Papelería y Útiles de Escritorio

Papelería y Útiles de Escritorio							
Item	Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (PCOL)	Valor Total Item (PCOL)	Valor Mensual	Valor anual
1	Caja de clips (Caja por 50)	UN	3	\$ 1,200	\$ 3,600	\$ 1,200	\$ 14,400
2	Lapices	UN	12	\$ 450	\$ 5,400	\$ 2,700	\$ 32,400
3	Lapiceros	UN	12	\$ 550	\$ 6,600	\$ 1,320	\$ 15,840
4	Resaltadores	UN	3	\$ 1,000	\$ 3,000	\$ 300	\$ 3,600
5	Marcadores	UN	3	\$ 1,000	\$ 3,000	\$ 300	\$ 3,600
6	Resma de papel	UN	2	\$ 6,700	\$ 13,400	\$ 4,020	\$ 48,240
7	Grapadora	UN	1	\$ 7,000	\$ 7,000	\$ 1,400	\$ 16,800
8	Caja de grapas	UN	3	\$ 3,700	\$ 11,100	\$ 555	\$ 6,660
9	Arcivador AZ	UN	4	\$ 4,300	\$ 17,200	\$ 17,200	\$ 206,400
10	Carpetas legajadoras	UN	10	\$ 400	\$ 4,000	\$ 8,000	\$ 96,000
11	Borrador	UN	3	\$ 1,200	\$ 3,600	\$ 720	\$ 8,640
12	Perforadora dos huecos	UN	1	\$ 9,000	\$ 9,000	\$ 900	\$ 10,800
13	Corrector	UN	2	\$ 1,000	\$ 2,000	\$ 1,000	\$ 12,000
14	Sobres con membrete	UN	50	\$ 500	\$ 25,000	\$ 1,250	\$ 15,000
15	Portaminas	UN	5	\$ 1,100	\$ 5,500	\$ 5,500	\$ 66,000
16	Cajas de minas	UN	3	\$ 1,300	\$ 3,900	\$ 1,950	\$ 23,400
17	Rollos de papel registradora	UN	6	\$ 2,200	\$ 13,200	\$ 6,600	\$ 79,200
18	Sobres de manila carta	UN	30	\$ 100	\$ 3,000	\$ 150	\$ 1,800
19	Sobres de manila oficio	UN	30	\$ 200	\$ 6,000	\$ 300	\$ 3,600
Valor total Inversión						\$ 55,365	\$ 664,380

Fuente: Elaboración Propia

En esta se establece el monto del egreso por concepto de mano de obra directa, incluidas las prestaciones sociales, y parafiscales, que a la fecha y según Decreto 862 de 2013, dado que el establecimiento cuenta con dos o más empleados.

Tabla 22. Mano de Obra

Cargo	Sueldo Base	Nro Empleados	Total Sueldo	Auxilio de Transporte	Salud 8.5%	Pension 12%	Riesgos Laborales .522% (Nivel I)	Parafiscales 4% (Aplicación del CREE)	Intereses a las Cesantias 1%	Prima de Servicios 8.33%	Vacaciones 4.17%	Dotacion	Costo Mensual	Costo Anual
Administrador	\$ 1,100,000	1	\$ 1,100,000	\$ 72,000	\$ 93,500	\$ 132,000	\$ 5,742	\$ 44,000	\$ 11,000	\$ 91,630	\$ 45,870	\$ 0	\$ 1,595,742	\$ 19,148,904
Ayudante de Cocina	\$ 616,000	2	\$ 1,232,000	\$ 144,000	\$ 104,720	\$ 147,840	\$ 6,431	\$ 49,280	\$ 12,320	\$ 102,626	\$ 51,374	\$ 68,800	\$ 1,919,391	\$ 23,032,692
Encargado barra bebidas	\$ 616,000	1	\$ 616,000	\$ 72,000	\$ 52,360	\$ 73,920	\$ 3,216	\$ 24,640	\$ 6,160	\$ 51,313	\$ 25,687	\$ 34,400	\$ 959,696	\$ 11,516,346
Mesero	\$ 616,000	2	\$ 1,232,000	\$ 144,000	\$ 104,720	\$ 147,840	\$ 6,431	\$ 49,280	\$ 12,320	\$ 102,626	\$ 51,374	\$ 68,800	\$ 1,919,391	\$ 23,032,692
Servicios Generales	\$ 616,000	1	\$ 616,000	\$ 72,000	\$ 52,360	\$ 73,920	\$ 3,216	\$ 24,640	\$ 6,160	\$ 51,313	\$ 25,687	\$ 34,400	\$ 959,696	\$ 11,516,346
COSTO TOTAL NOMINA MENSUAL													\$ 7,353,915	
COSTO TOTAL NOMINA ANUAL														\$ 88,246,981

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla de arriendo de inmuebles se realizó en base a los precios del mercado en la zona elegida para el emplazamiento del establecimiento, esta consulta se realizó a través de la Web verificando la información existen en las lonjas inmobiliarias de la ciudad.

Tabla 23. Arrendamiento de Inmuebles

Arrendamiento de Inmuebles					
Item	Descripcion	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (PCOL)	Costo Anual
1	Arriendo Local	GB	1	\$ 2,000,000.00	\$ 24,000,000.00

Fuente: Elaboración Propia

En el rubro de Avisos e Impresos corresponde a los gastos por concepto de avisos en: Radio, prensa, anuncios y emisión de programas en televisión, en general todo lo que tenga que ver con el carácter informativo alusivos a la institución por cualquier medio.

Tabla 24. Avisos e Impresos

Publicidad					
Item	Descripcion	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (PCOL)	Costo Anual
1	Publicidad	GB	1	\$ 1,300,000.00	\$ 7,800,000.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 25. Resumen de Costos Fijos

COSTOS FIJOS	Anual
Otros Servicios	1,200,000
Elementos de Aseo	1,561,000
Papelería	664,380
Mano de Obra	88,246,981
Arrendamiento Inmueble	24,000,000
Avisos e Impresos	7,800,000
	123,472,361

Para determinar la parte financiero, se realizó una estimación de ventas de acuerdo a los requerimientos financieros del establecimiento, el cual se detalla a continuación:

Tabla 26. Estimación de Ventas

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	COSTO MATERIA PRIMA	CANT. ESTIMADA DE VENTA DIARIA	COSTO MATERIA PRIMA POR DIARIA	COSTO MATERIA PRIMA ANUAL	PRECIO SUGERIDO DE VENTA	TOTAL ESTIMADO DE VENTAS/ MES	TOTAL ESTIMADO VENTAS AÑO
1	HAMBURGUESA	\$ 3,197.50	4	\$ 12,790.00	\$ 3,683,520.00	\$ 5,000.00	\$ 560,000.00	\$ 6,720,000.00
2	HAMBURGUESA RANCHERA	\$ 3,317.50	5	\$ 16,587.50	\$ 4,777,200.00	\$ 5,000.00	\$ 700,000.00	\$ 8,400,000.00
3	HAMBURGUESA DOBLE CARNE	\$ 4,397.50	4	\$ 17,590.00	\$ 5,065,920.00	\$ 6,000.00	\$ 672,000.00	\$ 8,064,000.00
4	HAMBURGUESA DE POLLO	\$ 3,197.50	5	\$ 15,987.50	\$ 4,604,400.00	\$ 5,000.00	\$ 700,000.00	\$ 8,400,000.00
5	PERRO CALIENTE	\$ 1,930.00	5	\$ 9,650.00	\$ 2,779,200.00	\$ 5,000.00	\$ 700,000.00	\$ 8,400,000.00
6	PERRO AMERICANO	\$ 2,130.00	5	\$ 10,650.00	\$ 3,067,200.00	\$ 6,000.00	\$ 840,000.00	\$ 10,080,000.00
7	PERRO RANCHERO	\$ 2,050.00	4	\$ 8,200.00	\$ 2,361,600.00	\$ 5,000.00	\$ 560,000.00	\$ 6,720,000.00
8	PAPAS A LA FRANCESA	\$ 925.00	4	\$ 3,700.00	\$ 1,065,600.00	\$ 4,500.00	\$ 504,000.00	\$ 6,048,000.00
9	PICADA MIXTA	\$ 10,253.00	7	\$ 71,771.00	\$ 20,670,048.00	\$ 17,000.00	\$ 3,332,000.00	\$ 39,984,000.00
	PROMEDIOS	\$ 3,488.67	43.00	\$ 166,926.00	\$ 48,074,688.00	\$ 6,500.00	\$ 8,568,000.00	\$ 102,816,000.00
10	CAMINO DE VICTORIA	\$ 2,012.84	9	\$ 18,115.56	\$ 5,489,014.68	\$ 5,000.00	\$ 1,260,000.00	\$ 15,120,000.00
11	BRISAS DE GALILEA	\$ 2,794.00	9	\$ 25,146.00	\$ 7,619,238.00	\$ 5,000.00	\$ 1,260,000.00	\$ 15,120,000.00
12	SEMILLA DE MOSTAZA	\$ 2,291.20	9	\$ 20,620.80	\$ 6,248,102.40	\$ 5,000.00	\$ 1,260,000.00	\$ 15,120,000.00
13	ADONAI	\$ 990.40	8	\$ 7,923.20	\$ 2,400,729.60	\$ 5,000.00	\$ 1,120,000.00	\$ 13,440,000.00
14	SALOME	\$ 2,012.70	8	\$ 16,101.60	\$ 4,878,784.80	\$ 4,000.00	\$ 896,000.00	\$ 10,752,000.00
15	NECTAR DE SAMARIA	\$ 1,120.14	8	\$ 8,961.12	\$ 2,715,219.36	\$ 4,000.00	\$ 896,000.00	\$ 10,752,000.00
16	ALEGRE AMANECER	\$ 3,026.80	9	\$ 27,241.20	\$ 8,254,083.60	\$ 4,000.00	\$ 1,008,000.00	\$ 12,096,000.00
17	KIVI SODA	\$ 2,211.80	9	\$ 19,906.20	\$ 6,031,578.60	\$ 4,000.00	\$ 1,008,000.00	\$ 12,096,000.00
18	CHISPA REFRESCANTE	\$ 1,139.80	9	\$ 10,258.20	\$ 3,108,234.60	\$ 5,000.00	\$ 1,260,000.00	\$ 15,120,000.00
19	TROPICAL	\$ 2,014.00	9	\$ 18,126.00	\$ 5,492,178.00	\$ 4,000.00	\$ 1,008,000.00	\$ 12,096,000.00
		\$ 1,961.37	87.00	\$ 17,239.99	\$ 52,237,163.64	\$ 4,500.00		\$ 131,712,000.00

Fuente: Elaboración Propia

7.2.3 Depreciación. Desde el punto de vista de la contabilidad financiera, la vida útil se define como el lapso de tiempo en el cual se espera que los equipos, plantas y demás propiedades contribuyan a la generación de ingresos a las compañías.

En los inputs para la determinación de la vida útil de un activo se tendrán en cuenta factores como el deterioro por uso, obsolescencia por avances en tecnología, cambios en la demanda por novedades en los requerimientos del mercado, acción de los elementos, entre otros.

En Colombia, el artículo 2 del Decreto 3019 de 1989, dispone que la vida útil de activos fijos depreciables adquiridos a partir de 1989, será la mostrada en la siguiente tabla:

Tabla 27. Vida Útil de los Activos

ACTIVO	VIDA UTIL
Bienes Inmueble	20 años
Bienes Muebles	10 años
Vehiculos automotores y computadores	5 años

Fuente: gerencia.com

La depreciación en este proyecto se realizará a través del método de línea recta, dado que este método supone que el activo sufre un desgaste constante el cual va aumentando es decir es creciente con el paso del tiempo, estableciendo un valor de salvamento del 10%, para no depreciar en su totalidad el activo, se utilizó la siguiente formula:

$$D = \frac{(VAd - VSA)}{N}$$

Dónde:

D	=	Depreciación
VAd	=	Valor de adquisición del activo.
VSA	=	Valor de salvamento del activo.
N	=	Vida útil del activo en años

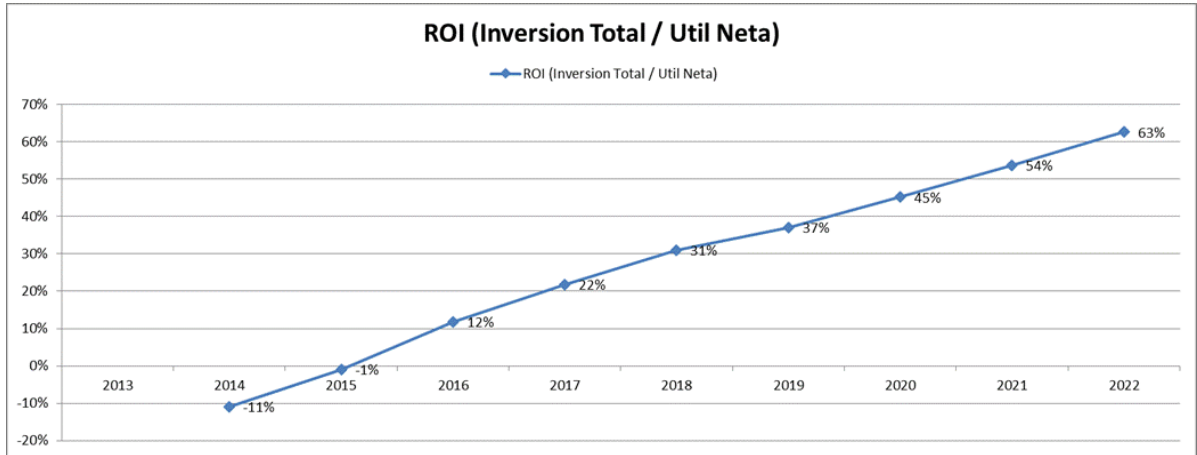
Al momento de tomar la decisión de invertir en el proyecto se debe tener en cuenta los resultados que arroja el análisis del VPN (Valor Presente Neto) y la TIR (Tasa Interna de Retorno),

En la evaluación de este proyecto se obtiene un VPN de \$ 2,675,066 pesos, por lo que se observa que el proyecto es viable financieramente, dado que genera beneficios a los inversionistas y garantiza la liquidez, además de una TIR 28.01% considerablemente alta muy superior al costo de oportunidad que este caso se sitúa en el 25%

Como se detalla en el anexo financiero, el establecimiento resulta rentable, con respecto a los montos invertidos, dado que el retorno de la inversión total y sobre los activos supera las expectativas de los inversionistas, es decir se puede maximizar su valor en un corto periodo de tiempo.

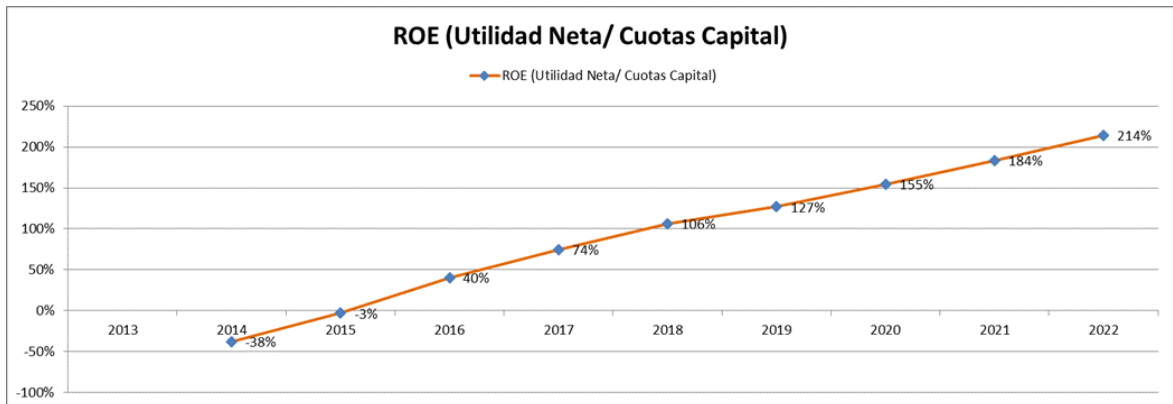
Como se detalla en el Anexo F Estudio Financiero, el ROI (Return On Investment / Retorno de la Inversión), es atractivo, dado que en el año se obtiene tres (3) se obtiene un retorno del 12% y al transcurrir los años este va aumentando.

Gráfica 9. ROI (Inversión total/Útil. Neta)



En la gráfica del ROE (índice de retorno sobre patrimonio), muestra la rentabilidad que genera este establecimiento con respecto al patrimonio que tiene. Por lo que observa la capacidad de este negocio para generar utilidades con el uso del capital invertido en ella y el dinero que se ha generado

Gráfica 10. ROE (Utilidad Neta/Cuotas Capital)



BIBLIOGRAFÍA

AERONÁUTICA CIVIL. Unidad Administrativa Especial. Disponible en: <http://www.aerocivil.gov.co/AAeronautica/Estadisticas/TAereo/EOperacionales/BolPubAnte/Paginas/BolMensTraficoAerop.aspx>. Visitada 22/06/13

ÁLVAREZ ARANGO, Manuel José. Estudio del Mercado del Proyecto. Especialización en Evaluación y Gerencia de Proyectos, Escuela de Estudios Industriales y Empresariales, Universidad Industrial de Santander, Barrancabermeja.

BUSTAMANTE ÁLZATE, Guillermo León. Evaluación Financiera de Proyectos. Abril de 2013. Especialización en Evaluación y Gerencia de Proyectos, Escuela de Estudios Industriales y Empresariales, Universidad Industrial de Santander, Barrancabermeja.

CÁMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA. Requisitos registro mercantil. Reportes de Dinámica Empresarial. Barrancabermeja 2012.

CARACOL RADIO. Disponible en: <http://www.caracol.com.co/noticias/economia/proyecto-de-modernizacion-de-la-refineria-de-barrancabermeja-costara-us-3386-millones/20110513/nota/1471888.aspx>. Visitada 23/06/13

DÍAZ ARAQUE, Juan Carlos, JAIMES, Oscar Umberto. Estudio de Pre factibilidad para el Montaje de un Restaurante Bar Temático en la Ciudad de Bucaramanga. Monografía para obtener el título de Especialistas en Evaluación y Gerencia de Proyectos. Universidad Industrial de Santander. Bucaramanga 2009.

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. Actividades Económicas – RUT

Disponible en:
<http://200.35.45.171/flex/documentos/LA%20EDUCACI%C3%93N%20SUPERIOR%20Y%20LA%20EDUCACI%C3%93N%20PARA%20EL%20TRABAJO%20Y%20EL%20DESARROLLO%20HUMANO%20EN%20BARRANCABERMEJA.pdf>.
Visitada 21/06/13

Disponible en:
http://www.granviayuma.com/index.php?option=com_content&view=article&id=4&Itemid=3. Visitada 24/06/13

EL COLOMBIANO. Disponible en:
http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/V/viaje_adentro_de_hidrosogamoso/viaje_adentro_de_hidrosogamoso.asp. Visitada 24/06/13

GERENCIE.COM. Disponible en: <http://www.gerencie.com>. Visitada 21/06/13

GODOY ROJAS, Adriana Carolina. Identidad Corporativa para el Restaurante & Café – Bar “Puerto Bambú”, diseño y construcción de backing. Modalidad práctica empresarial M&P “Mercadeo y Publicidad”

PORTAL NACIONAL DE CREACIÓN DE EMPRESAS. Disponible en:
<http://www.crearempresa.com.co/Consultas/ConsultasTipoEmpresa.aspx>. Visitada 20/06/13

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES. Disponible en:
http://ediciones.uniandes.edu.co/index.php?Itemid=76&option=com_zoo&view=item&category_id=17&item_id=2747. Visitada 16/06/13

ANEXOS

ANEXO A. Encuesta

Somos estudiantes de la Especialización en Gerencia y Evaluación de Proyectos de la Universidad Industrial de Santander, como parte de la monografía de grado estamos realizando una investigación de mercados con el fin de evaluar la viabilidad para la creación de un bar restaurante de Orientación Cristiana en la Ciudad de Barrancabermeja el cual sería un lugar donde se ofrezcan bebidas no alcohólicas tipo coctel y comidas rápidas, con precios asequibles, con música edificante, espacio propicio para departir con amigos, conocidos, familia y en general con la comunidad, por lo anterior agradecemos el diligenciamiento de la siguiente encuesta:

1. Ha tenido oportunidad de asistir a un Bar- Restaurante en la Ciudad de Barrancabermeja, (si su respuesta a ésta pregunta es negativa pase a la pregunta 5).

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

2. Califique en orden de importancia el aspecto más relevante al momento de asistir a un Bar restaurante de acuerdo a la siguiente escala: -1 (**NO es importante**) 2(**POCO importante**) 3(**LE ES INDIFERENTE**) 4 (**IMPORANTE**) 5 (**MUY IMPORANTE**).

	1	2	3	4	5
Atención al cliente					
Decoración del lugar					
Ambiente familiar					
Ubicación del local					
Servicio a domicilio					
Prontitud del servicio					
Espacio libre de humo de cigarrillo					
Espacio libre de alcohol					
Horario de atención					
Calidad de bebidas					
Calidad de comidas rápidas					
Servicio a domicilio					
Precio					
Variedad					

3. Con qué frecuencia asiste.

Todos los días

Fines de semana

De una a dos veces al mes

Más de tres veces al mes

4. Cuanto es su presupuesto mensual para este tipo de actividades:

5. Ha tenido oportunidad probar cocteles sin alcohol. (en caso que su respuesta sea negativa pase a la pregunte 7)

SI

NO

6. Este tipo de bebidas le ha parecido?

Muy buena	
Buena	
Regular	
Mala	

7. Cuál sería el incentivo para probar un coctel no alcohólico:

Por recomendación	
Por vivir una nueva experiencia	
Por cuidar mi salud	
Por seguir una tendencia	

8. Cuanto estaría dispuesto a pagar por una bebida no alcohólica?

9. Acostumbra a salir a sitios de comidas rápidas?

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

10. Porque asiste a estos sitios, señale la opción más acertada:

Me encuentro con amigos	
Salgo a distraerme	
No me gusta cocinar	
Porque me gusta	
Porque me invitan	

11. Califique en orden de importancia los aspectos más relevantes al momento de elegir un lugar de comidas rápidas: -1 (**NO es importante**) 2(**POCO importante**) 3(**LE ES INDIFERENTE**) 4 (**IMPORANTE**) 5 (**MUY IMPORANTE**).

	1	2	3	4	5
Atención al cliente					
Ambiente familiar					
Ubicación del local					
Prontitud del servicio					
Espacio libre de humo de cigarrillo					
Horario de atención					
Porque está de moda					

12. Cuanto es su presupuesto mensual para consumo de comidas rápidas?

13. Ha tenido oportunidad de asistir a un Bar- Restaurante de orientación cristiana.

SI

NO

14. Podría describir su experiencia, que le gusto?

15. Opinión acerca de la creación de bar restaurante de Orientación Cristiana en Barrancabermeja:

Excelente _____
Muy Buena _____
Buena _____
Regular _____
Mala _____

16. Con quienes preferiblemente asistiría , señale la opción más acertada:

Amigos	<input type="checkbox"/>
Núcleo familiar	<input type="checkbox"/>
Miembros de la iglesia	<input type="checkbox"/>
Vecinos.	<input type="checkbox"/>
Compañeros de trabajo	<input type="checkbox"/>
Familiares	<input type="checkbox"/>
Solo	<input type="checkbox"/>

Señale con una equis (X) la respuesta.

17. Género:

Femenino

Masculino

18. En que franja sitúa su edad.

18 – 25__ 26 – 30__ 31 – 40__ 41 – 50__ 51 – 60__ 61 – 70__

19. Estado civil.

Casado	<input type="checkbox"/>
Soltero	<input type="checkbox"/>
Unión Libre	<input type="checkbox"/>

20. Situación laboral.

Asalariado	<input type="checkbox"/>
Independiente	<input type="checkbox"/>
Estudiante	<input type="checkbox"/>
Desempleado	<input type="checkbox"/>
Pensionado	<input type="checkbox"/>

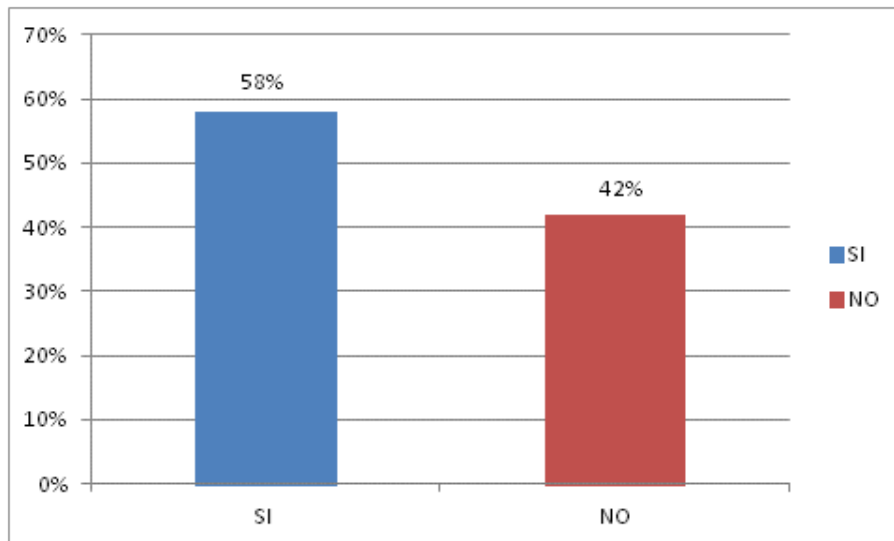
ANEXO B. Principales Hallazgos

Principales Hallazgos

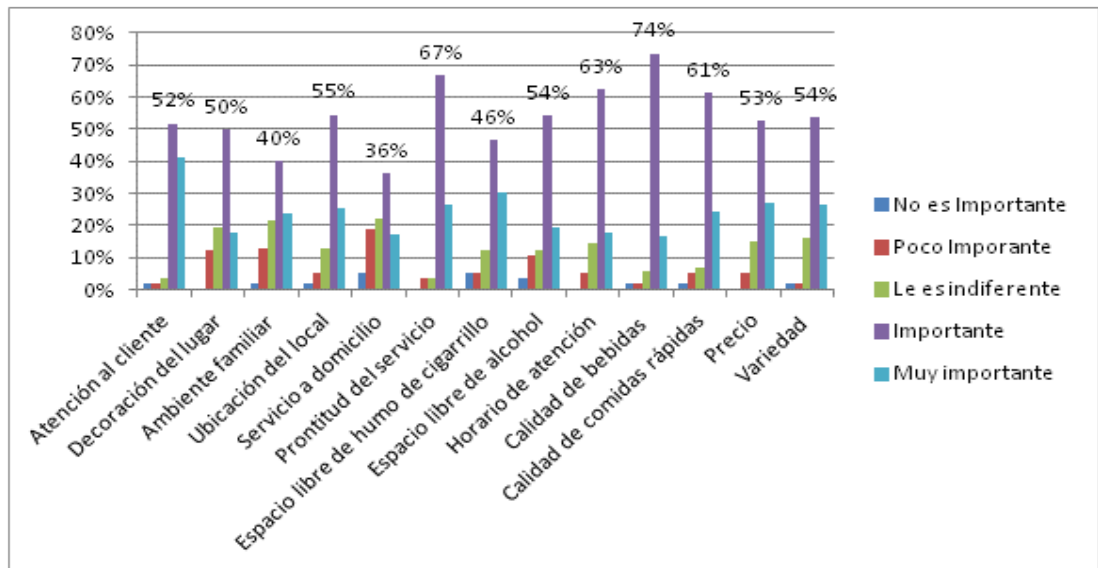
Una vez aplicadas las encuestas se obtuvieron los resultados mostrados a continuación.

1. Ha tenido oportunidad de asistir a un Bar - Restaurante en la Ciudad de Barrancabermeja, (si su respuesta a ésta pregunta es negativa pase a la pregunta 5).

A la pregunta responden 100 personas, 58% de manera afirmativa y 42% de manera negativa.

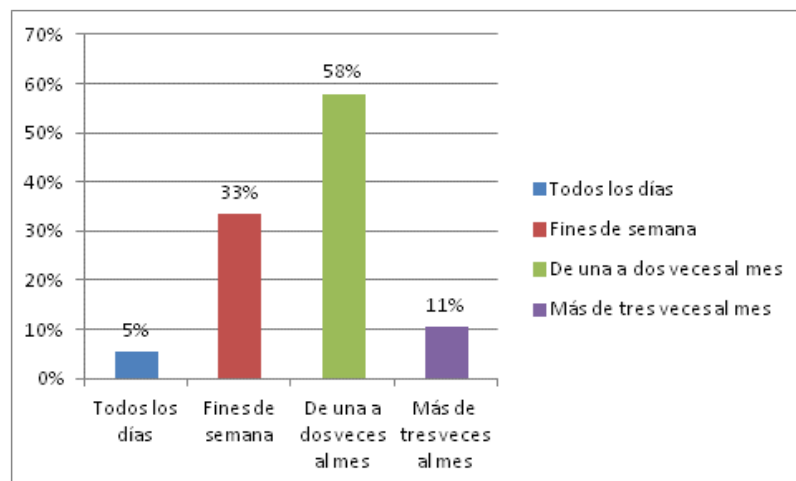


2 Califique en orden de importancia el aspecto más relevante al momento de asistir a un Bar restaurante de acuerdo a la siguiente escala: -1 (NO es importante) 2 (POCO IMPORTANTE) 3 (LE ES INDIFERENTE) 4 (IMPORTANTE) 5 (MUY IMPORTANTE).

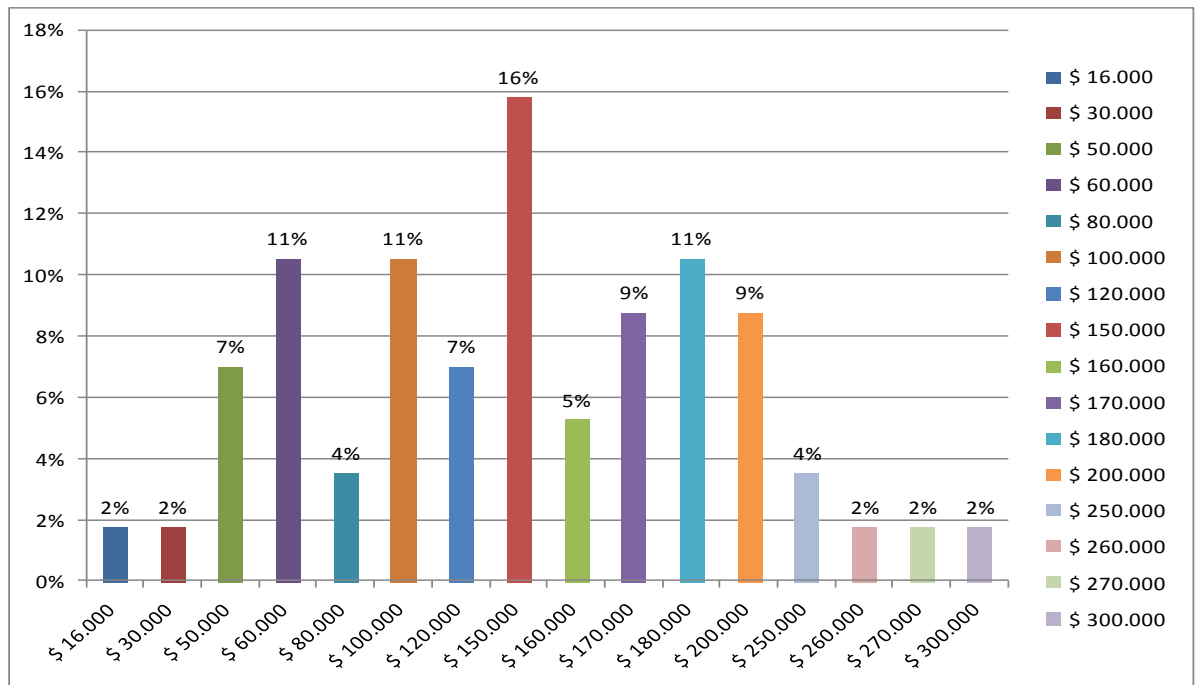


3 Con qué frecuencia asiste.

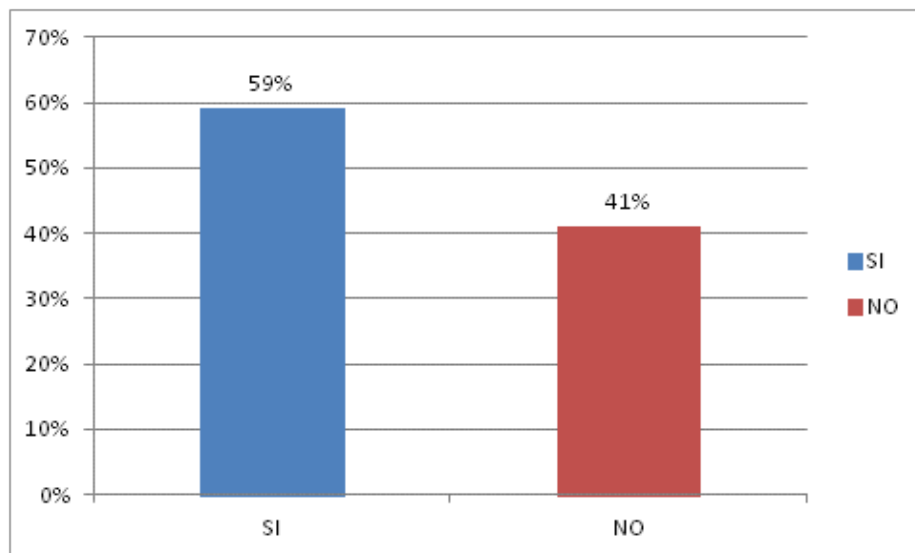
El 58% afirma asistir una o dos veces al mes a este tipo de negocios.



4 Cuánto es su presupuesto mensual para este tipo de actividades

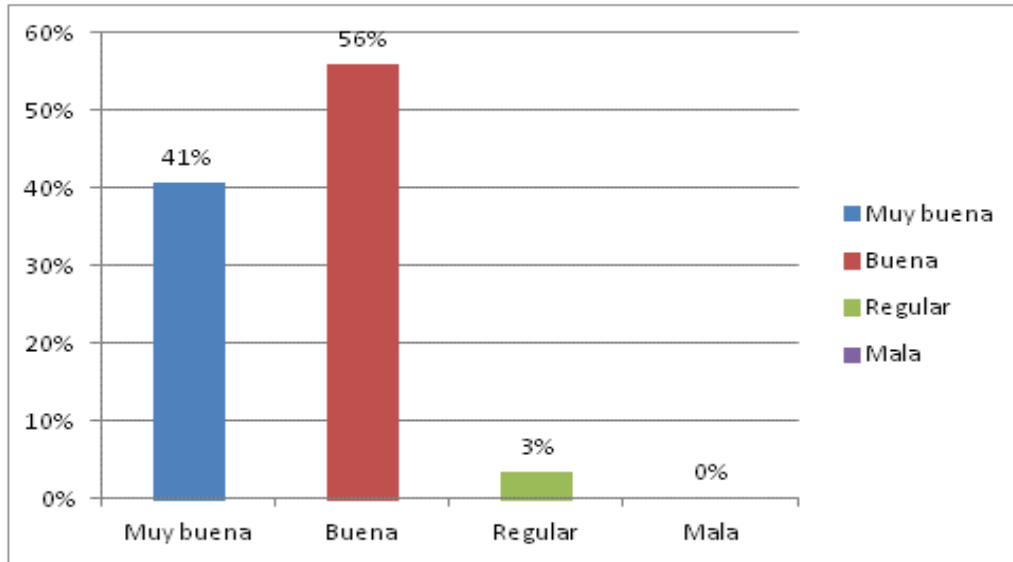


5 Ha tenido oportunidad probar cocteles sin alcohol. (En caso que su respuesta sea negativa pase a la pregunta numero 7)

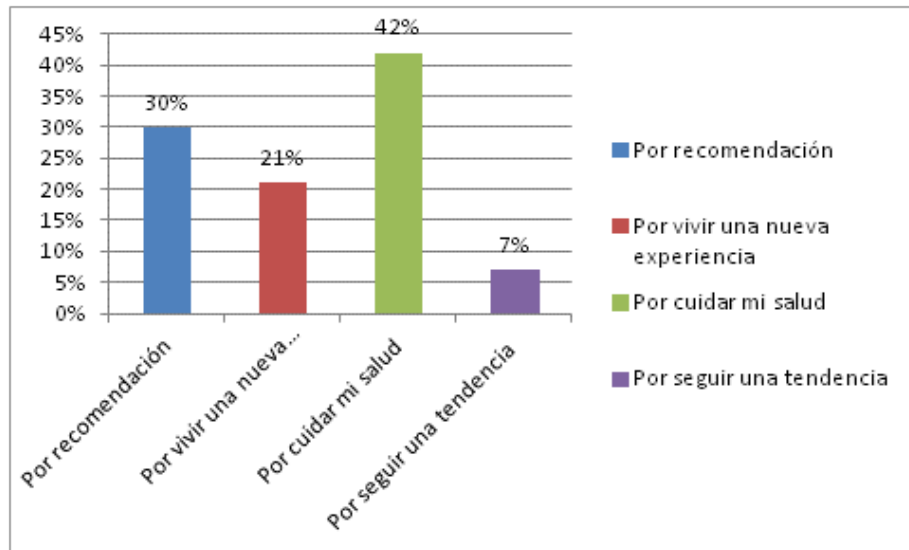


6 Este tipo de bebidas le ha parecido?

El 41 % considera haber tenido una muy buena experiencia y el 56% buena experiencia con este tipo de bebidas.

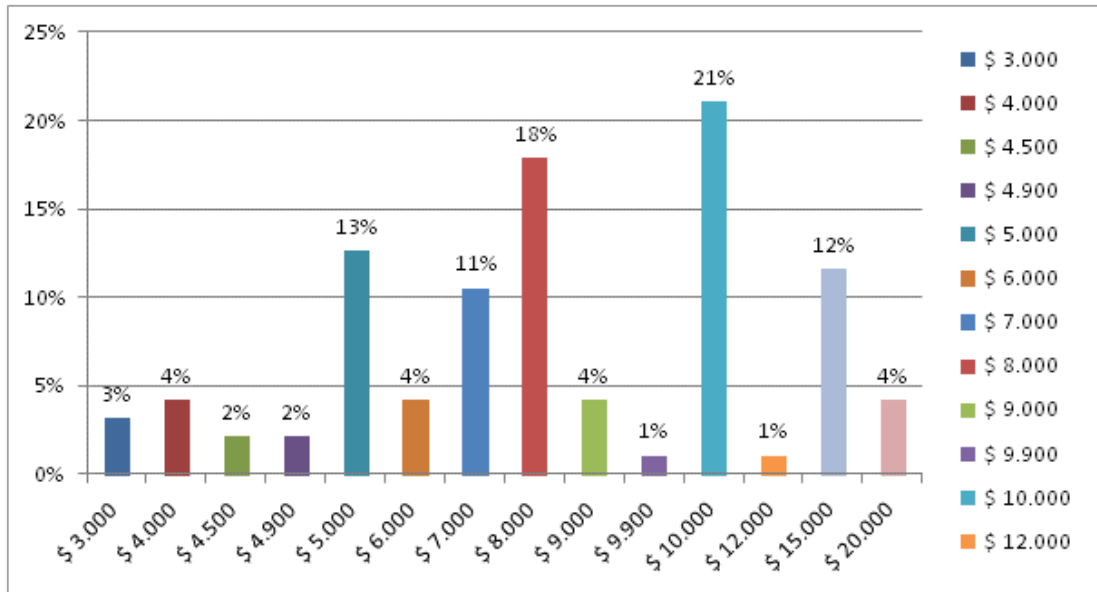


7Cuál sería el incentivo para probar un coctel no alcohólico.

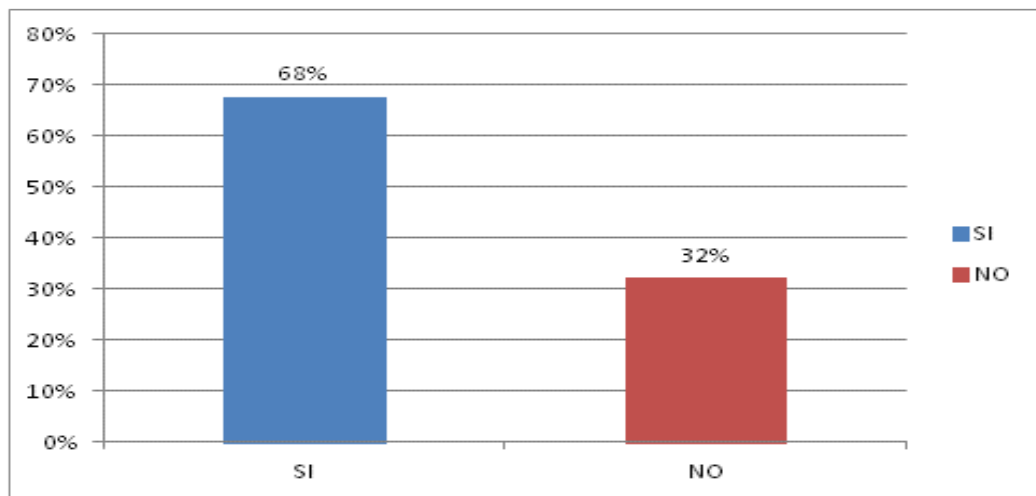


8 Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bebida no alcohólica?

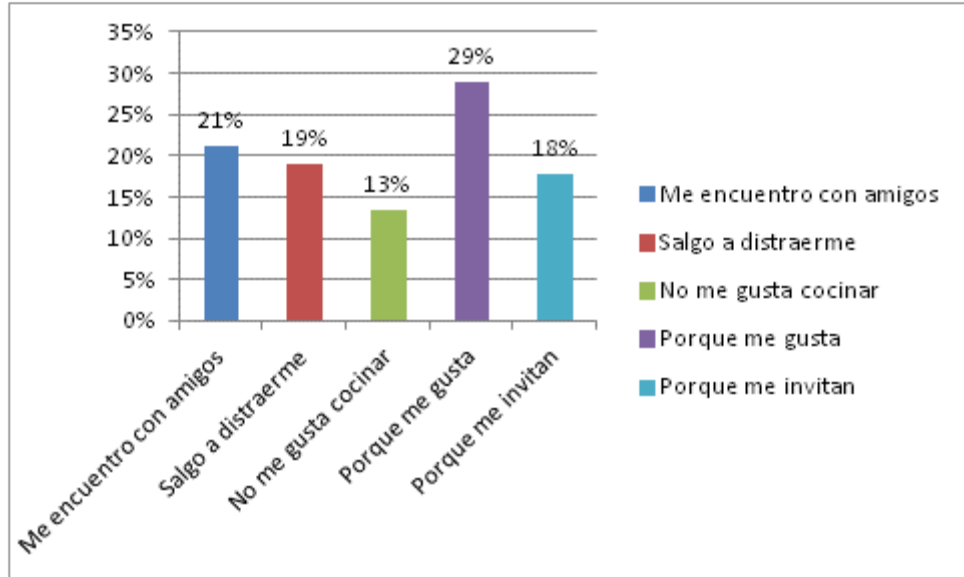
El 21 % estaría dispuesto a pagar hasta \$10.000.



9 Acostumbra a salir a sitios de comidas rápidas?

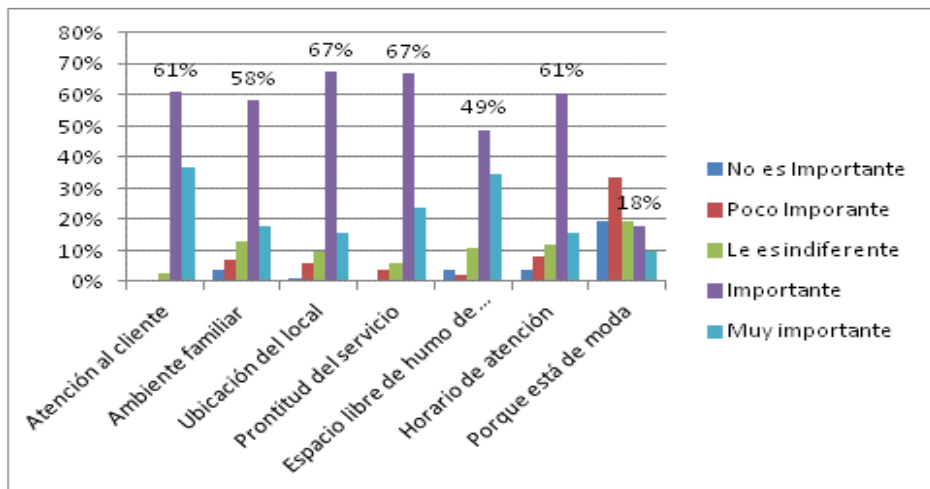


10 Por qué asiste a estos sitios, señale la opción más acertada:



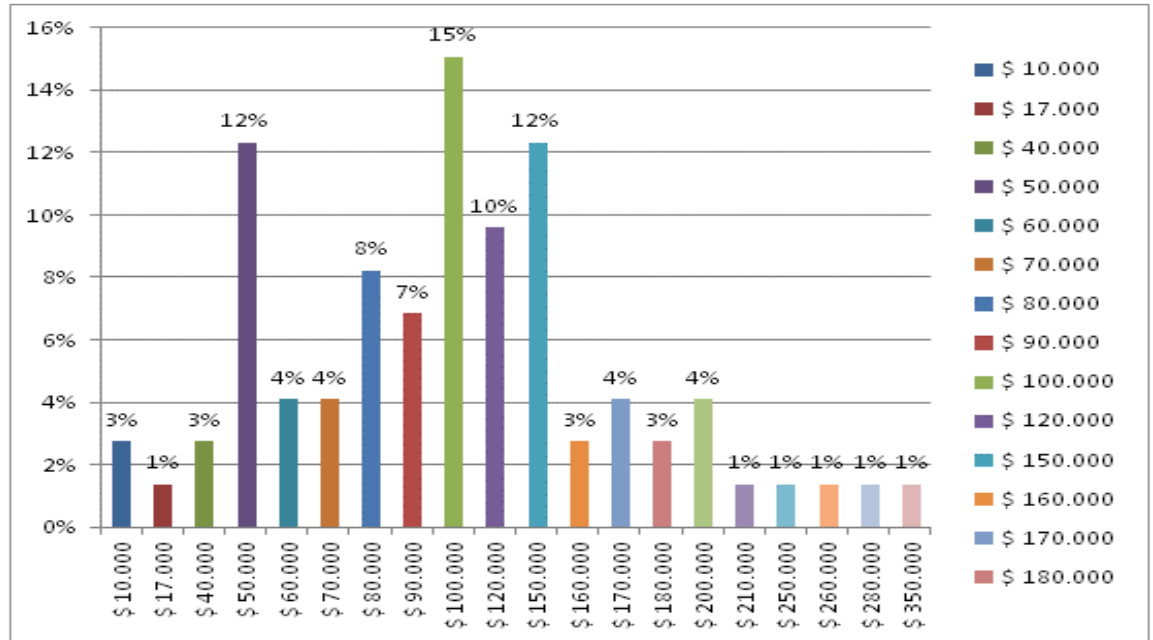
11 Califique en orden de importancia los aspectos más relevantes al momento de elegir un lugar de comidas rápidas: 1 (NO es IMPORTANTE) 2(POCO IMPORTANTE) 3 (LE ES INDIFERENTE) 4 (IMPORTANTE) 5 (MUY IMPORTANTE).

El 61% considera importante la atención al cliente.



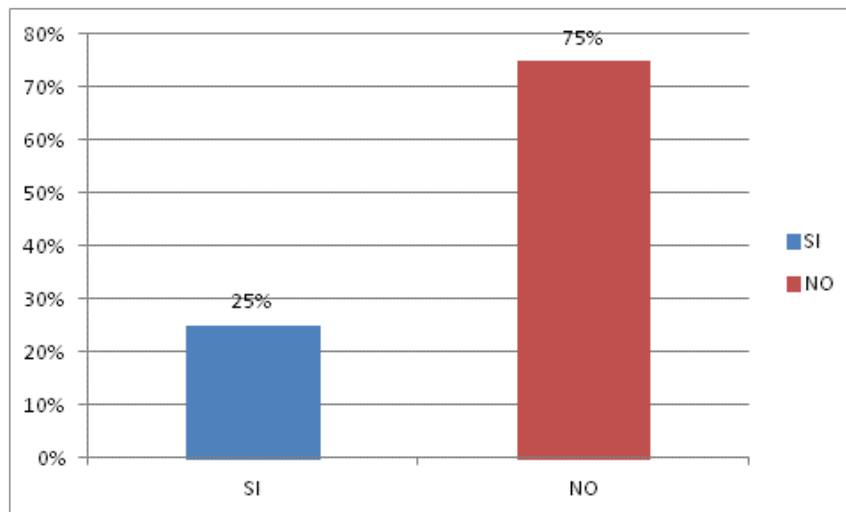
12 Cuánto es su presupuesto mensual para consumo de comidas rápidas?

El 15% afirma gastar \$150.000 y el 12 % entre \$50.000 y \$150.000.



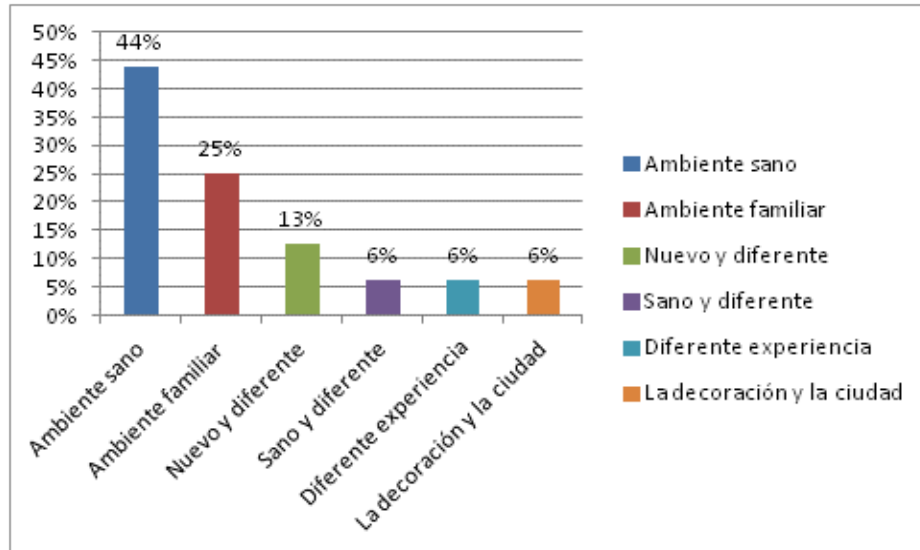
13 Ha tenido oportunidad de asistir a un Bar- Restaurante de orientación cristiana.

El 25% afirma haber asistido un sitio de estas características.

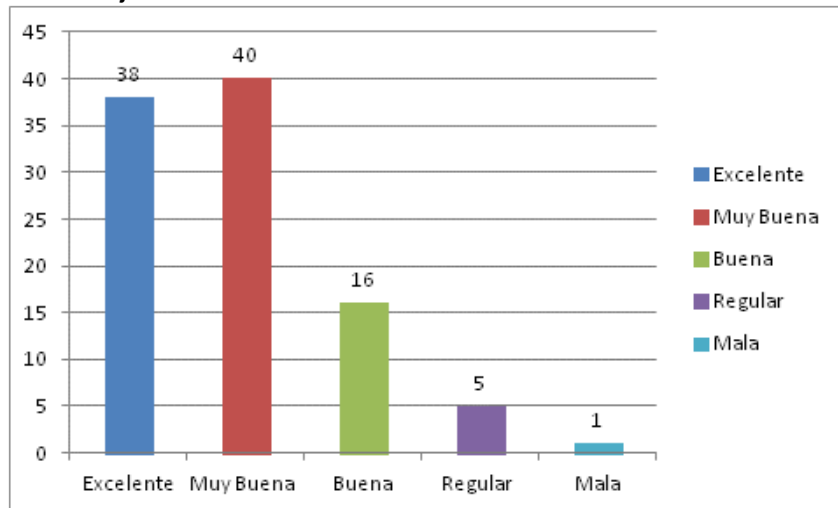


14 Podría describir su experiencia, que le gusto?

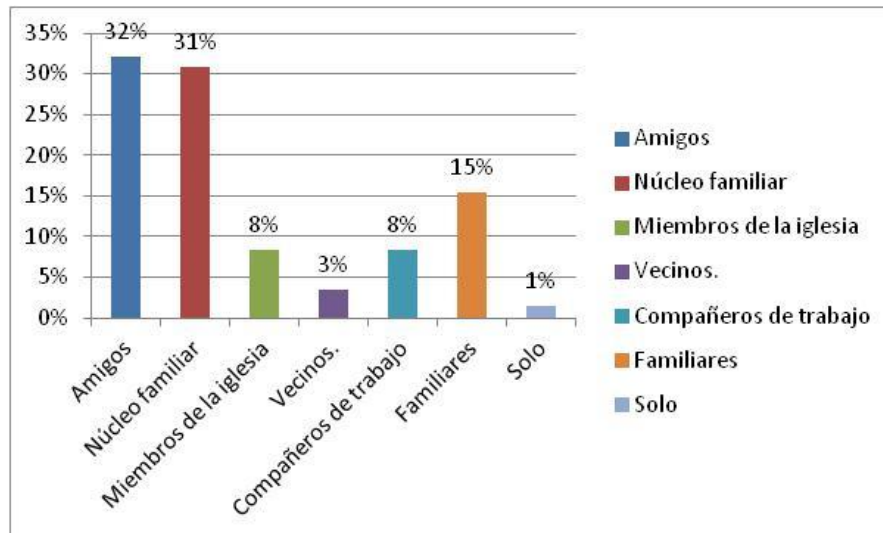
El 44% de las respuestas se orientan hacia un gusto por un Ambiente Sano y el 25% a un Ambiente Familiar.



15 Opinión acerca de la creación de bar restaurante de Orientación Cristiana en Barrancabermeja:

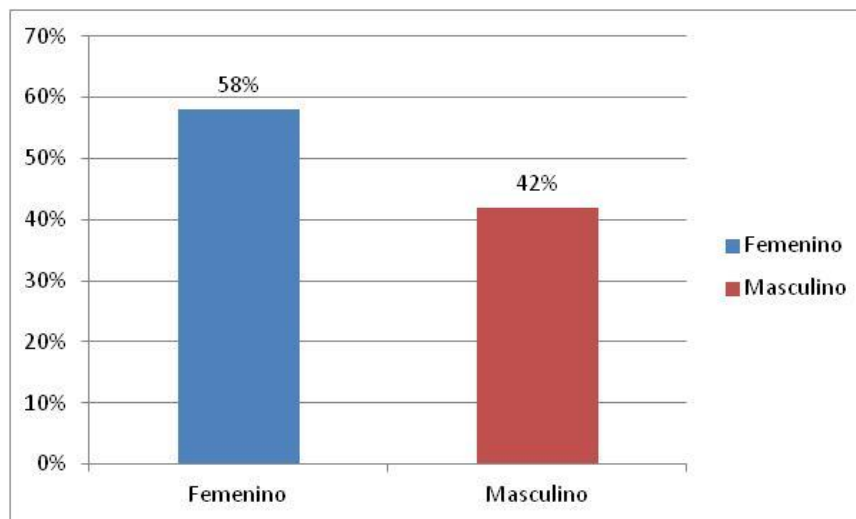


16 Con quiénes preferiblemente asistiría, señale la opción más acertada:

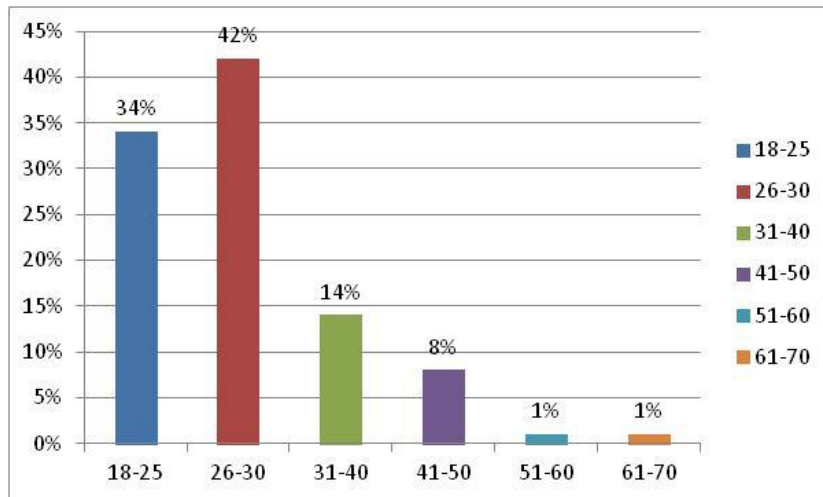


17 Género

58% de las respuestas provienen de personas de género femenino y el 42% del masculino.

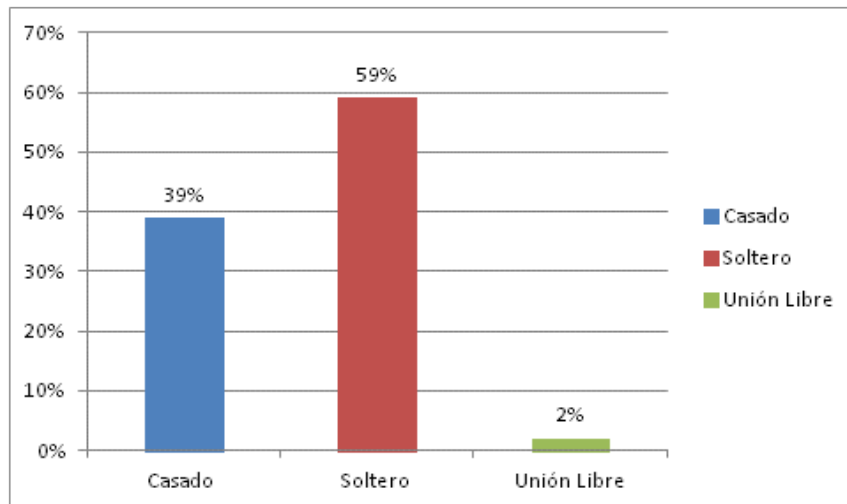


18 En qué franja sitúa su edad.



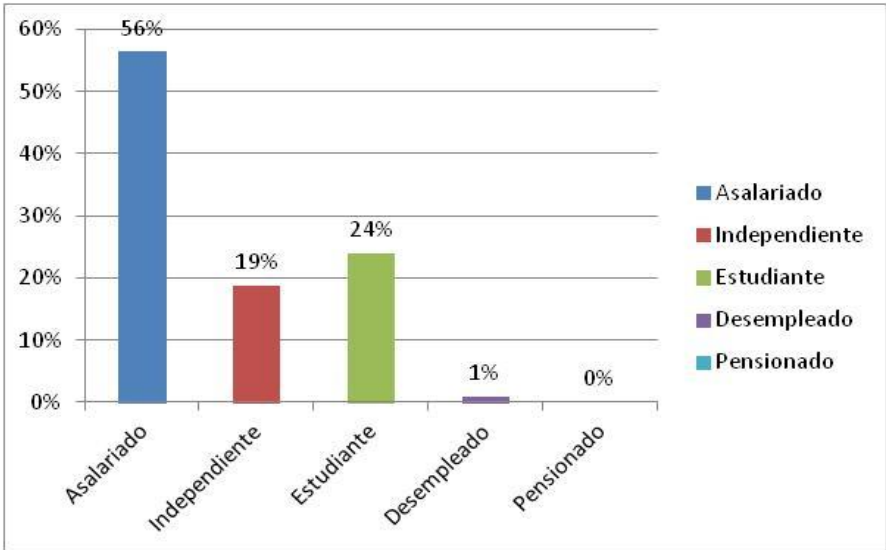
19 Estado civil.

El 56% afirma ser Soltero, el 39% Casado y el 2% convive en Unión Libre.



20 Situación laboral.

El 56% afirma ser Asalariado, el 24% Estudiante, el 19% Trabajador Independiente y el 1% Desempleado. No se registra ningún Pensionado.



ANEXO C. Manual de funciones

	FORMATO FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES
INFORMACIÓN	
FECHA DE DILIGENCIA	
CARGO:	JUNTA DE SOCIOS
NOMBRE Y APELLIDO:	
DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN:	TELÉFONO:
PERÍODO DE CONTRATACIÓN	CELULAR:
	FECHA INICIO:
	FECHA TERMINACIÓN:
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:	
FUNCIONES:	
Estudiar y aprobar la reforma de los Estatutos	
Examinar, aprobar y/o rechazar los balances de fin del ejercicio y las cuentas que deba rendir el	
Realizar la selección de personal, fijar las asignaciones del mismo y removerlas libremente	
Delegar funciones	
Velar que se cumplan los procedimientos establecidos	
Realizar las evaluaciones periódicas al personal	
Realizar los pagos a los empleados	
Disolver, transformar y/o fusionar la sociedad	
Disponer de las reservas, además de las legales	
Ordenar las acciones que corresponda contra: Administrador y funcionarios de la empresa	
Determinar la amortización de acciones siempre y cuando se cuente con utilidades liquidas	
Representar a la Empresa, autorizando los eventos y/ contratos en los que el bar restaurante	
OBSERVACIONES:	

Verificación del perfil: Educación: (espacio para Junta de socios)		cumple
Experiencia:		cumple

	FORMATO FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
INFORMACIÓN		
FECHA DE DILIGENCIA:		
CARGO:	CONTADOR	
NOMBRE Y APELLIDO:		
DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN:	TELÉFONO:	CELULAR:
PERÍODO DE CONTRATACIÓN	FECHA INICIO:	FECHA TERMINACIÓN:
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:		
FUNCIONES:		
Elaborar y pagar la nómina a los empleados de acuerdo con las políticas de la empresa		
Realizar informes contables mensuales con el fin de conocer el estado de compañía		
Elaborar informes semanal, con el fin de conocer los movimientos detallados de flujo de efectivo		
Verificar la información contable registrada en sistema con facturas		
Realizar la liquidación y pago de impuestos y declaraciones de renta		
Controlar el correcto registro de los auxiliares de contabilidad		
Coordinar la elaboración del presupuesto general y dar seguimiento al mismo		
Las demas funciones inherentes al cargo		
OBSERVACIONES:	Tener tarjeta profesional y estar debidamente inscrito ante la Junta Central de Contadores	
REPORTA A:	Junta de	

Verificación del perfil: Educación: (espacio para Junta de Socios)	Profesional en Contaduría, Administración y Finanzas o Administración de Empresas		cumple
Experiencia:	Mínima de tres (3) años, debidamente soportada		cumple

		FORMATO FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
INFORMACIÓN			
FECHA DE DILIGENCIA:			
CARGO:	ADMINISTRADOR		
NOMBRE Y APELLIDO:			
DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN:			
PERÍODO DE CONTRATACIÓN	TELÉFONO:	CELULAR:	
	FECHA INICIO:	FECHA TERMINACIÓN:	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:			
FUNCIONES:			
Optimizar el rendimiento del personal, incentivando y motivando al mismo			
Realizar el proceso de compra de materias primas			
Aplicar y velar porque se cumpla con las normas y disposiciones legales en relación de sanidad e			
Planear y realizar estrategias de mercadeo para comercialización y publicidad			
En base a los informes diarios de los niveles de materias primas y consumibles de las diversas áreas, analizar y proyectar su tasa de consumo y realizar los pedidos correspondientes a los proveedores.			
Recibir el dinero en concepto de pago de parte de los clientes.			
Realizar arqueo diario de la caja.			
Identificar e informar de las debilidades y oportunidades de mejora encontradas en el negocio.			
Proponer estrategias de mercadeo y promoción del establecimiento.			
Registrar las facturas de las cuentas por pagar y realizar el archivo correspondiente			
Realizar los pagos a proveedores			
Planificar, asignar, coordinar y verificar las tareas diarias del personal bajo su cargo.			
Realizar la evaluación periódica del personal bajo su cargo.			
Realizar consignaciones diarias de acuerdo al movimiento de efectivo			
Examinar el valor de los inventarios de mercadería y efectuar ajustes respectivos			
Las demás funciones inherentes al cargo			
OBSERVACIONES:	Experiencia preferiblemente en cargos de dirección administrativa en la industria de bares y restaurantes.		
REPORTA A:	Junta de Contador		

Verificación del perfil: (espacio para Junta de Socios)	Educación:	Estudios profesionales en Administración y Finanzas, Administración de Empresas o carreras afines.	cumple
	Experiencia:	Mínima de dos (2) años, debidamente soportada, con conocimientos en Administración de Empresas, contabilidad,	cumple

	FORMATO FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES		
INFORMACIÓN			
FECHA DE DILIGENCIA:			
CARGO:	CONTADOR		
NOMBRE Y APELLIDO:			
DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN:			
PERÍODO DE CONTRATACIÓN	TELÉFONO:	CELULAR:	
	FECHA INICIO:	FECHA TERMINACIÓN:	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:			
FUNCIONES:			
Elaborar y pagar la nómina a los empleados de acuerdo con las políticas de la empresa			
Realizar informes contables mensuales con el fin de conocer el estado de compañía			
Elaborar informes semanal, con el fin de conocer los movimientos detallados de flujo de efectivo			
Verificar la información contable registrada en sistema con facturas			
Realizar la liquidación y pago de impuestos y declaraciones de renta			
Controlar el correcto registro de los auxiliares de contabilidad			
Coordinar la elaboración del presupuesto general y dar seguimiento al mismo			
Las demas funciones inherentes al cargo			
OBSERVACIONES:	Tener tarjeta profesional y estar debidamente inscrito ante la Junta Central de Contadores		
REPORTA A:	Junta de		

Verificación del perfil: Educación: (espacio para Junta de Socios)	Profesional en Contaduría, Administración y Finanzas o Administración de Empresas		cumple
Experiencia:	Mínima de tres (3) años, debidamente soportada		cumple

		FORMATO FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
INFORMACIÓN			
FECHA DE DILIGENCIA:			
CARGO:	MESEROS		
NOMBRE Y APELLIDO:			
DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN:	TELÉFONO:	CELULAR:	
PERÍODO DE CONTRATACIÓN	FECHA INICIO:	FECHA TERMINACIÓN:	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:			
FUNCIONES:			
Mantener el orden y la limpieza del área de trabajo			
Portar de manera correcta y adecuada el uniforme de dotación			
Recibir de manera cordial, educada y respetuosa a los clientes			
Recomendar un lugar de ubicación a los clientes			
Ofrecer la carta de bebidas y comidas a los clientes, resaltando las cualidades de estas de			
Tomar los pedidos de los clientes			
Servir las comidas y bebidas solicitadas			
Llevar la cuenta del consumo a los clientes			
Cerrar cuentas con la caja al finalizar el turno			
Reportar cualquier anomalía o eventos fuera del común transcurrir diario			
Reportar diariamente las necesidades del cargo al superior inmediato			
Reordenar sector de trabajo despues del servicio			
Las demás funciones inherentes al cargo			
OBSERVACIONES:			
REPORTA A:	Administrad		

Verificación del perfil: (espacio para Junta de socios)	Educación: Bachillerato	cumple
	Experiencia: Mínima de Tres meses en funciones cargo	cumple

		FORMATO FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
INFORMACIÓN			
FECHA DE DILIGENCIA:			
CARGO:	ENCARGADO BARRA DE BEBIDAS		
NOMBRE Y APELLIDO:			
DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN:	TELÉFONO:	CELULAR:	
PERÍODO DE CONTRATACIÓN	FECHA INICIO:	FECHA TERMINACIÓN:	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:			
FUNCIONES:			
Mantener el orden y la limpieza del área de trabajo.			
Velar por el buen estado y funcionamiento de los materiales y equipos a su cargo			
Portar de manera correcta y adecuada el uniforme de dotación			
Preparar las bebidas solicitadas por los clientes y especificadas en la carta			
Informar diariamente al superior inmediato, acerca del nivel y estado de las materias primas y de			
Las demás funciones inherentes al cargo			
OBSERVACIONES:			
REPORTA A:	Administrad		

Verificación del perfil: (espacio para Junta de socios)	Educación: Bachillerato	cumple
	Experiencia: Mínima de Tres meses en funciones cargo	cumple

ANEXO D. Carta

SHALOM

BAR – RESTAURANTE



MENU

COCTELES



CAMINO DE VICTORIA. Limonada, hielo, granadilla, cerezas

BRISAS DE GALILEA. Durazno, jugo de naranja, jugo de mango, helado de naranja, hielo

SEMILLA DE MOSTAZA. Jugo de Naranja, jugo de piña, miel, nuez, durazno, helado de naranja

ADONÁÍ. Leche, Piña, Melocotones, Fresas, Frambuesas o cerezas

SALOME. Naranja, Limón, Granadilla

NECTAR DE SAMARIA. Banano, fresas, yogurt natural, azúcar, granadilla, Hielo y gaseosa

ALEGRE AMANECER. Crema de coco, cereza, Hielo

COCO GOZOSO. Coco , Leche, Azúcar, hielo

CHISPA REFRESCANTE. Kiwi, Banano, Azúcar, Agua, Limón, Gaseosa

TROPICAL. Limón, naranja y piña

COMIDAS RAPIDAS



HAMBURGUESA. Carne, Queso gratinado y verduras

HAMBURGUESA RANCHERA. Carne, Tocineta, Queso gratinado, cebolla y verduras

HAMBURGUESA DOBLE CARNE. Carne, Pollo, Queso gratinado, cebolla y verduras

HAMBURGUESA DE POLLO. Pollo, Queso, lechuga, tomate, cebolla, pepino

PERRO CALIENTE. Salchicha de Res, queso gratinado, salsas al gusto

PERRO AMERICANO. Salchicha Americana, queso gratinado, salsa al gusto, papas fritas

PERRO RANCHERO. Salchicha de Res, tocineta, queso, salsa al gusto, papas fritas

PERRO MIXTO: Salchicha de Pollo, tocineta, queso gratinado, salsa al gusto, papas fritas

PICADA MIXTA: Carne de Res, Pollo, Chorizo, queso gratinado, tomate verde y salsas al gusto

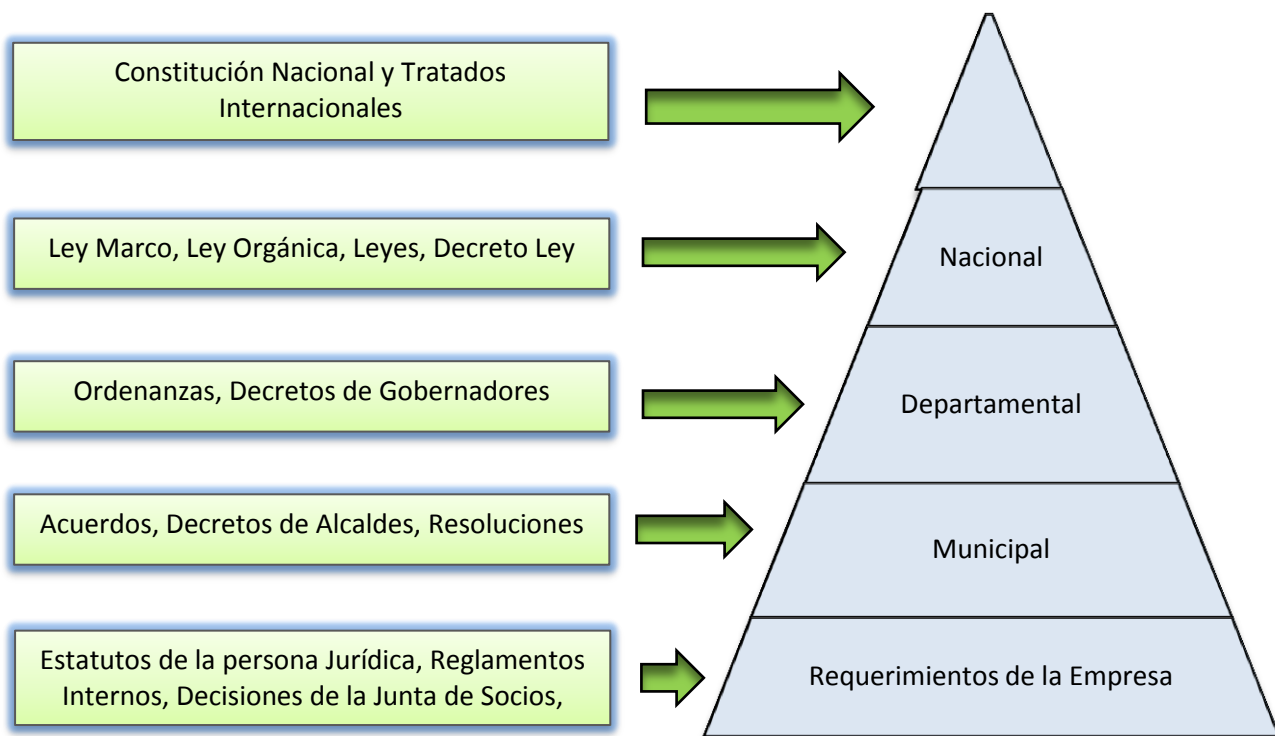
ANEXO E. Pasos Constitución de la Empresa

ESTUDIO LEGAL

A continuación se describe el tipo de empresa a constituir, y las normas legales que rigen el tipo de servicio ofrecido.

El Ordenamiento Jurídico se fundamenta en normas de acuerdo a la Constitución de 1991, a tener en cuenta se basa en la Pirámide de Hans Kelsen (unificada)

Figura 6. Pírame de Kelsen Unificada



Fuente: Estudio Técnico y Evaluación Financiera. Guillermo Bustamante

La sociedad por acciones simplificada (SAS), no es una figura societaria que se pueda considerar adecuada para una empresa de gran tamaño, esto debido a que es una figura simplificada creada por la ley hacer más amable el trabajo de legalización a pequeños y medianos empresarios.¹²

Por medio de la Ley 1258 del 5 de diciembre de 2008, se creó en la legislación Colombiana, las denominadas Sociedades por Acciones Simplificada –SAS. La ley citada entro en vigencia el mismo día de su promulgación (Artículo 46 de la referida ley)

Beneficios y Ventajas¹³:

- a) Es posible fijar las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad: este tipo de sociedades permite a los empresarios fijar las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad, de acuerdo con sus intereses.
- b) La responsabilidad de los socios se limita a sus aportes, sin requerir la estructura de una sociedad anónima:
- c) Con la SAS existe libertad para crear diversas clases y series de acciones, incluidas las siguientes: acciones ordinarias; acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto; acciones con voto múltiple; acciones privilegiadas; acciones con dividendo fijo; acciones de pago. Teniendo en cuenta lo anterior las empresas tienen más posibilidades de acceder a crédito a través de sus socios.
- d) No se requiere establecer una duración determinada: puede ser indeterminada, lo cual reduce costos al no tener que hacer reformas estatutarias cada vez que el término de duración societaria esté próximo a caducar.
- e) El objeto social puede ser indeterminado. Los terceros que van a contratar con las SAS no tienen que consultar detalladamente la lista de actividades que lo

¹² <http://www.gerencie.com/la-sociedad-por-acciones-simplificada-no-es-una-figura-adecuada-para-una-gran-empresa.html>. Visitada 06/10/13

¹³ http://www.bancoldex.com/documentos/2180_Guia_SAS-web.pdf. Visitado 06/10/13

conforman para saber si la sociedad tiene capacidad para hacer una determinada transacción económica.

- f) Las SAS sólo estará obligada a tener revisor fiscal cuando: los activos brutos a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior sean o excedan al equivalente de cinco mil salarios mínimos y/o sus ingresos brutos del año inmediatamente anterior sean o excedan al equivalente a tres mil salarios mínimos o cuando las leyes así lo exijan (Decreto 2020 de 2009)
- g) La Sociedad por Acciones Simplificada se puede crear por documento privado.

CONSTITUCIÓN DE LAS SAS¹⁴

La creación de la SAS se hace por medio de un documento privado, que debe autenticarse por quienes participan en su suscripción e inscribirse en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, y se debe realizar el siguiente trámite:

- **Redactar el contrato o acto unilateral constitutivo de la SAS. El cual debe contener:** nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; razón social o denominación de la sociedad (seguida de la palabra Sociedad por Acciones Simplificada -SAS); el domicilio principal de la sociedad y el de las sucursales (en caso que existan); el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones; y la forma de administración y el nombre de sus administradores, especificando sus facultades.
- **Autenticar las firmas de las personas que suscriben el documento de constitución.** La autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado en la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio.
- **Inscribir el documento privado en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio.** Adicionalmente, ante la Cámara de Comercio se diligencian los formularios del Registro único Empresarial (RUE), el Formulario de inscripción

¹⁴ <http://www.finanzaspersonales.com.co/impuestos/articulo/por-que-vale-pena-constituir-sas/37888>.

en el RUT y el pago de la matrícula mercantil, el impuesto de registro y los derechos de inscripción.

Reglamentación a aplicar al proyecto de Bar – Restaurante:

- **Ley 9 de 1979:** Reglamenta las actividades y competencias de Salud Pública para asegurar el bienestar de la población
- ¹⁵**Decreto 3075 de 1997:** Reglamenta parcialmente la Ley 9 de 1979 y dicta otras disposiciones. En relación a la manipulación de alimentos, Almacenamiento, distribución, transporte y comercialización. Las Edificaciones e Instalaciones, equipos y utensilios a utilizar, Personal que manipula los alimentos. Registro Sanitario, para poder brindar un servicio de calidad y contando con los requisitos exigidos para que los alimentos sean aptos para el consumo humano.
- ¹⁶**Guía Técnica GTS-USNA Sectorial 009 de 2007:** Seguridad industrial para restaurantes.
- ¹⁷**Decreto 3075:** Manipulación de alimentos y condiciones generales en restaurantes.
- **GTS USNA 009:** Seguridad industrial para restaurantes.
- **GT 45.** Guía para el diagnóstico de condiciones de trabajo
- **NTC 1478.** Material de seguridad y lucha contra incendio. Terminología.
- **NTC 1867.** Higiene y seguridad. Sistema de señales contra incendio.
- **NTC 1931:** Protección contra incendios. Señales de seguridad.
- **NTC OSAS 18002:** Sistema de gestión en seguridad y salud ocupacional.
- **NTC 1700:** Higiene y seguridad. Medios de evacuación.
- **NTC 1461:** Higiene y seguridad. Colores y señales de seguridad.

¹⁵ <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=3337>

¹⁶ http://bibliotecadigital.usbcali.edu.co/jspui/bitstream/10819/489/10/Documentacion_Programa_Riesgos_Pineda_2011_AnexoH.pdf

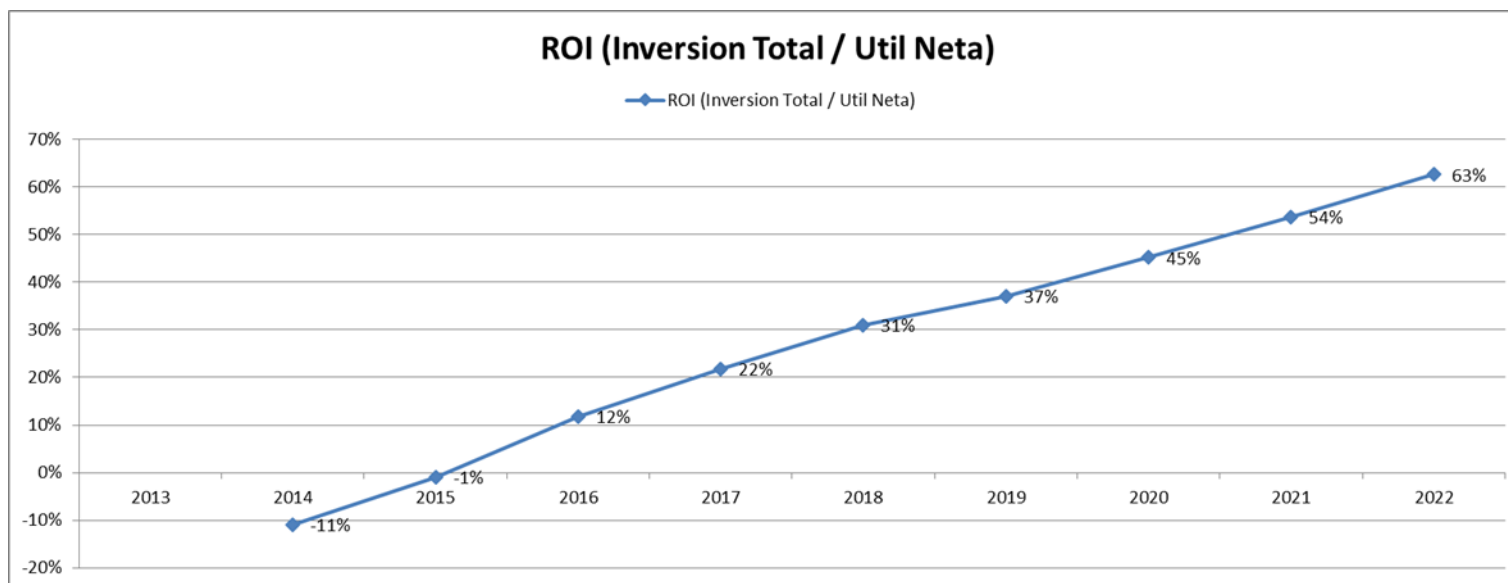
¹⁷ http://www.catering.com.co/BancoMedios/archivos/ediciones_catering/EDICION31/PAG72-77Especialesseguridad-10reglasdeoro.pdf

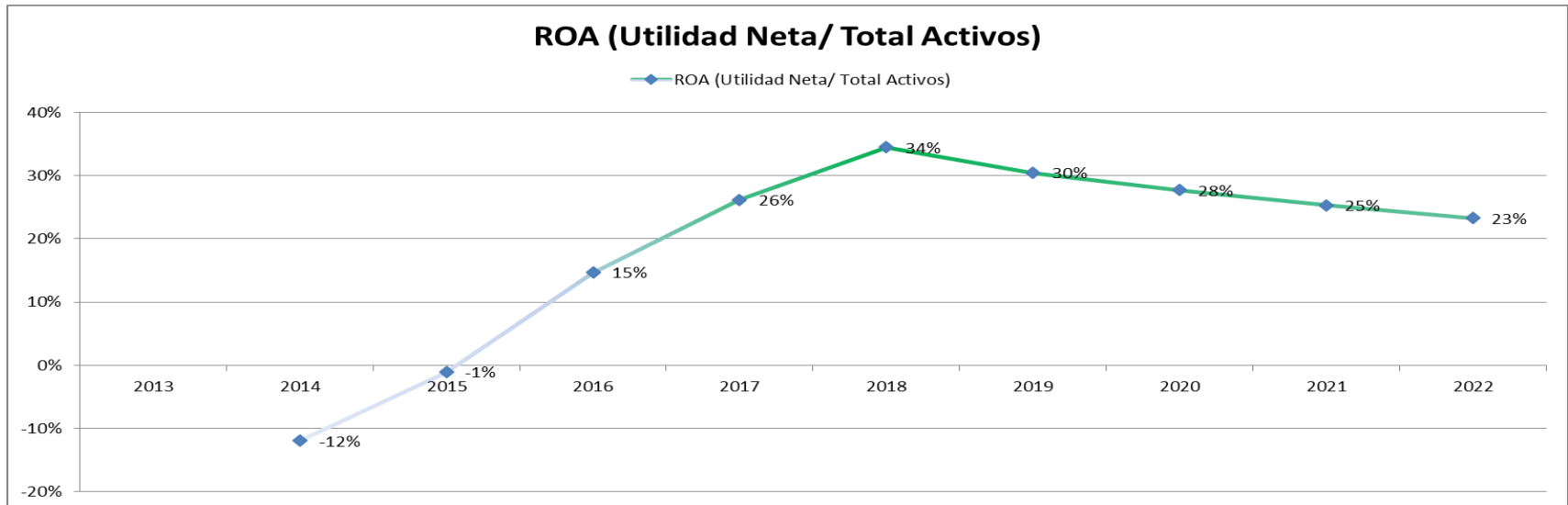
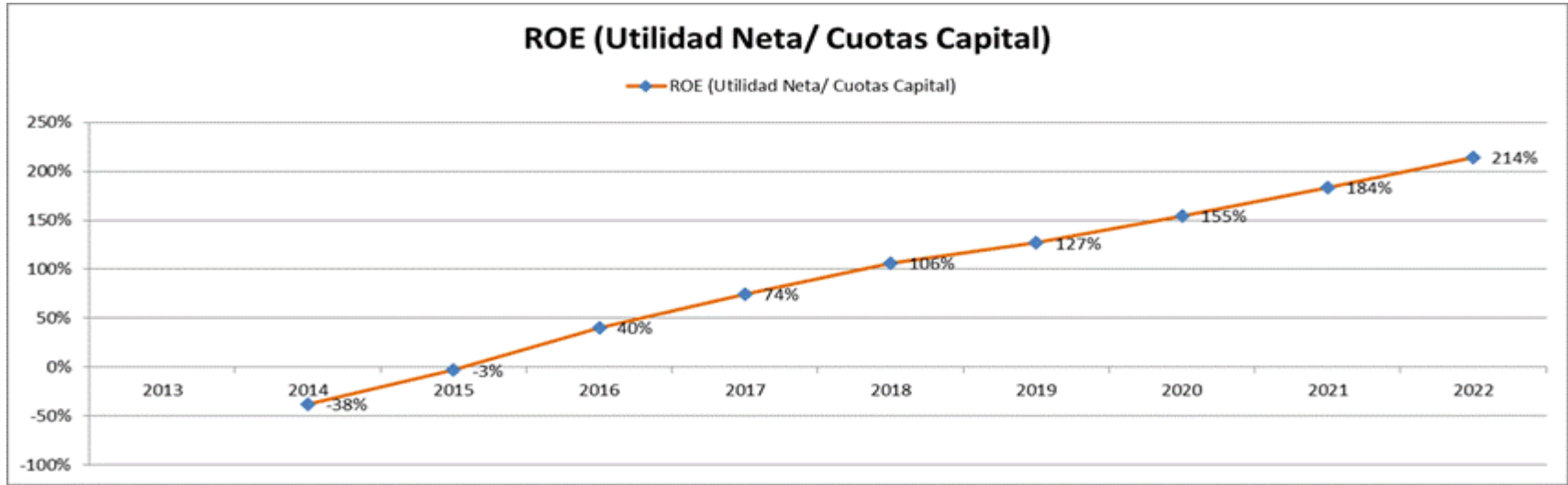
- **NTC 2505:** Instalaciones para suministro de gas
- **NTC 3631:** Artefactos de gas. Ventilación de recintos interiores.
- **ISO 22000.** Incluye temas de BPM y control en inocuidad de alimentos, que en algunos casos están relacionados con temas de seguridad industrial.
- **NTS TS 004:** Establecimientos gastronómicos y bares

ANEXO F Evaluación financiera

INDICADORES FINANCIEROS Y GRAFICAS DE RETABILIDADES

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9
Margen EBITDA		2.27%	4.12%	6.09%	7.71%	9.41%	10.73%	12.27%	13.74%	15.15%
Margen Operacional		0.80%	2.72%	4.75%	6.43%	8.20%	9.91%	11.49%	13.00%	14.44%
EBITDA/intereses		0.7	1.4	2.7	5.2	15.5	1540.2	0.0	0.0	0.0
EBITDA/Servicio deuda		0.2	0.4	0.8	1.9	27.9	0.0	0.0	0.0	0.0
ROI (Inversion Total / Util Neta)		-11%	-1%	12%	22%	31%	37%	45%	54%	63%
ROE (Utilidad Neta/ Cuotas Capital)		-38%	-3%	40%	74%	106%	127%	155%	184%	214%
ROA (Utilidad Neta/ Total Activos)		-12%	-1%	15%	26%	34%	30%	28%	25%	23%
ROS (Utilidad Neta/ Ventas)		-2%	0%	2%	4%	5%	6%	7%	8%	8%





FLUJO DE INGRESOS OPERACIONALES

INGRESOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9
VENTAS	237,552,000	249,429,600	261,901,080	274,996,134	288,745,941	303,183,238	318,342,400	334,259,520	350,972,496
Cocteles	134,736,000	141,472,800	148,546,440	155,973,762	163,772,450	171,961,073	180,559,126	189,587,083	199,066,437
Comidas Rapidas	102,816,000	107,956,800	113,354,640	119,022,372	124,973,491	131,222,165	137,783,273	144,672,437	151,906,059

BALANCE

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9
ACTIVOS	50,636,762	43,276,042	38,416,219	37,514,726	39,080,302	42,256,924	57,227,378	76,604,654	99,582,423	126,343,940
Activo Corriente	17,430,862	13,565,372	12,200,780	14,794,518	19,855,324	26,527,177	43,979,461	65,838,568	91,298,167	120,541,515
Disponibles	13,730,729	9,212,275	7,630,028	9,995,229	14,816,071	21,235,960	38,423,684	60,005,001	85,172,923	114,110,000
Caja General	13,730,729	9,212,275	7,630,028	9,995,228	14,816,069	21,235,957	38,423,680	60,004,996	85,172,917	114,110,000
Exceso/ Deficit Acumulado	0	0	0	1	2	3	4	5	6	8
Inversiones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CDT's	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Deudores	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cientes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Empleados	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Anticipo de Impuestos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inventarios	3,700,132	4,353,097	4,570,752	4,799,289	5,039,254	5,291,217	5,555,777	5,833,566	6,125,245	6,431,507
Materiales directos	3,700,132	4,353,097	4,570,752	4,799,289	5,039,254	5,291,217	5,555,777	5,833,566	6,125,245	6,431,507
Activo No Corriente	33,205,900	29,710,669	26,215,439	22,720,208	19,224,978	15,729,747	13,247,917	10,766,086	8,284,255	5,802,425
Inversiones Permanentes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Acciones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cuotas de Interes Social	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Deudores	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cientes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Accionistas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Propiedad Planta y Equipo	33,205,900	29,710,669	26,215,439	22,720,208	19,224,978	15,729,747	13,247,917	10,766,086	8,284,255	5,802,425
Terrenos										
Construcciones y Edificaciones										
Maquinaria y Equipo	27,575,900	27,575,900	27,575,900	27,575,900	27,575,900	27,575,900	27,575,900	27,575,900	27,575,900	27,575,900
Equipos de Oficina	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Equipos de Computo	5,630,000	5,630,000	5,630,000	5,630,000	5,630,000	5,630,000	5,630,000	5,630,000	5,630,000	5,630,000
(-) Depreciacion	0	3,495,231	6,990,461	10,485,692	13,980,922	17,476,153	19,957,983	22,439,814	24,921,645	27,403,475
Diferidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos pagados por anticipado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cargos diferidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(-) Amortizacion Tecnica	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PASIVOS	36,906,032	34,190,322	29,702,051	23,842,058	16,204,683	6,264,944	5,555,777	5,833,566	6,125,245	6,431,507
Corriente	3,700,132	4,353,097	4,570,752	4,799,289	5,039,254	5,291,217	5,555,777	5,833,566	6,125,245	6,431,507
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Bancos Nacionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cuentas por Pagar	3,700,132	4,353,097	4,570,752	4,799,289	5,039,254	5,291,217	5,555,777	5,833,566	6,125,245	6,431,507
Proveedores Materia Prima	3,700,132	4,353,097	4,570,752	4,799,289	5,039,254	5,291,217	5,555,777	5,833,566	6,125,245	6,431,507
No Corriente	33,205,900	29,837,225	25,131,299	19,042,769	11,165,429	973,727	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	33,205,900	29,837,225	25,131,299	19,042,769	11,165,429	973,727	0	0	0	0
Operaciones de Crédito	33,205,900	29,837,225	25,131,299	19,042,769	11,165,429	973,727	0	0	0	0
PATRIMONIO	13,730,729	9,085,720	8,714,169	13,672,668	22,875,620	35,991,982	51,671,601	70,771,089	93,457,179	119,912,433
Cuotas de Capital	13,730,729	13,730,729	13,730,729	13,730,729	13,730,729	13,730,729	13,730,729	13,730,729	13,730,729	13,730,729
Reserva Obligatoria	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad ejercicio	0	-4,645,009	-371,551	4,958,500	9,202,952	13,116,362	15,679,619	19,099,487	22,686,091	26,455,254
Utilid.Ejerc. Ant.	0	0	-4,645,009	-5,016,560	-58,061	9,144,891	22,261,253	37,940,872	57,040,359	79,726,450
Revalorizacion del Patrimonio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PASIVO + PATRIMONIO	50,636,762	43,276,042	38,416,220	37,514,727	39,080,303	42,256,926	57,227,379	76,604,655	99,582,424	126,343,940
Ecuación Patrimonial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

ANÁLISIS DEL CAPITAL DE TRABAJO

ANÁLISIS DEL CAPITAL DE TRABAJO

SALDO DE EFECTIVO REQUERIDO EN CAJA

Efectivo Requerido	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9
Mano de Obra	3,923,043	4,615,344	4,754,266	4,902,125	5,063,904	5,214,813	5,366,051	5,530,252	5,699,478	5,873,882
Materiales Directos (Materia Prima)	986,702	1,160,826	1,218,867	1,279,811	1,343,801	1,410,991	1,481,541	1,555,618	1,633,399	1,715,068
Costos Indirectos de Fabricación	4,845,000	5,700,000	5,871,570	5,878,104	5,927,069	5,971,559	6,016,766	6,065,161	6,115,071	6,166,509
Gastos Generales de Administración	3,975,985	4,677,629	4,732,985	4,916,911	5,120,203	5,321,405	5,614,964	5,843,647	6,086,686	6,345,611
Saldo Efectivo Requerido en Caja	13,730,729	16,153,799	16,577,688	16,976,951	17,454,977	17,918,769	18,479,321	18,994,678	19,534,633	20,101,070
Incremento Saldo Efectivo Requerido	13,730,729	2,423,070	423,889	399,263	478,026	463,792	560,552	515,356	539,955	566,437

Capital de Trabajo	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9
Activo Corriente	17,430,862	20,506,896	21,148,440	21,776,240	22,494,231	23,209,986	24,035,099	24,828,244	25,659,877	26,532,577
Disponible	13,730,729	16,153,799	16,577,688	16,976,951	17,454,977	17,918,769	18,479,321	18,994,678	19,534,633	20,101,070
Caja (Saldo efectivo requerido)	13,730,729	16,153,799	16,577,688	16,976,951	17,454,977	17,918,769	18,479,321	18,994,678	19,534,633	20,101,070
Inversiones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CDT's	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Deudores	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Clientes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Empleados	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Anticipo de Impuestos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inventarios	3,700,132	4,353,097	4,570,752	4,799,289	5,039,254	5,291,217	5,555,777	5,833,566	6,125,245	6,431,507
Materia prima	3,700,132	4,353,097	4,570,752	4,799,289	5,039,254	5,291,217	5,555,777	5,833,566	6,125,245	6,431,507
Pasivo Corriente	3,700,132	4,353,097	4,570,752	4,799,289	5,039,254	5,291,217	5,555,777	5,833,566	6,125,245	6,431,507
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Bancos Nacionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cuentas por Pagar	3,700,132	4,353,097	4,570,752	4,799,289	5,039,254	5,291,217	5,555,777	5,833,566	6,125,245	6,431,507
Acreedores Varios	3,700,132	4,353,097	4,570,752	4,799,289	5,039,254	5,291,217	5,555,777	5,833,566	6,125,245	6,431,507
Capital de Trabajo	13,730,729	16,153,799	16,577,688	16,976,951	17,454,977	17,918,769	18,479,321	18,994,678	19,534,633	20,101,070
Incremento / Decrecim CT	13,730,729	2,423,070	423,889	399,263	478,026	463,792	560,552	515,356	539,955	566,437

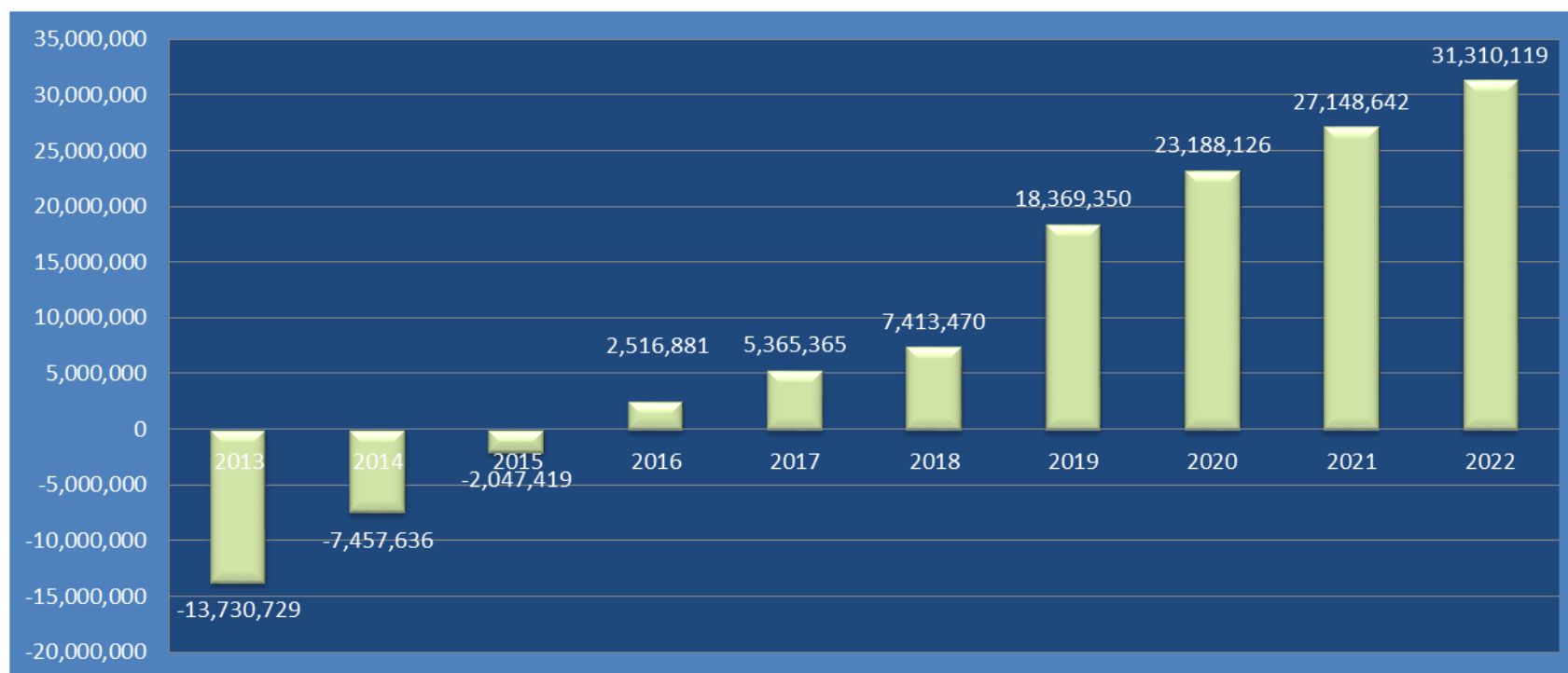
ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS

GANANCIAS Y PERDIDAS BAR - RESTAURANTE CRISTIANO									
CONCEPTOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9
INGRESOS OPERACIONALES	237,552,000	249,429,600	261,901,080	274,996,134	288,745,941	303,183,238	318,342,400	334,259,520	350,972,496
Cocteles	134,736,000	141,472,800	148,546,440	155,973,762	163,772,450	171,961,073	180,559,126	189,587,083	199,066,437
Comidas Rápidas	102,816,000	107,956,800	113,354,640	119,022,372	124,973,491	131,222,165	137,783,273	144,672,437	151,906,059
COSTOS DE LA OPERACIÓN	176,021,295	182,359,055	186,954,223	192,362,720	197,731,072	203,263,132	209,147,752	215,277,516	221,662,767
Costo de la Mercancía Vendida	176,021,295	182,359,055	186,954,223	192,362,720	197,731,072	203,263,132	209,147,752	215,277,516	221,662,767
UTILIDAD BRUTA	61,530,705	67,070,545	74,946,857	82,633,414	91,014,869	99,920,106	109,194,647	118,982,003	129,309,729
Gastos Operacionales de Administración	56,131,548	56,795,817	59,002,933	61,442,435	63,856,862	67,379,564	70,123,762	73,040,230	76,147,336
Gastos de Ventas	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UTILIDAD OPERACIONAL	5,399,157	10,274,728	15,943,924	21,190,980	27,158,007	32,540,542	39,070,885	45,941,773	53,162,393
Margen EBITDA	2.27%	4.12%	6.09%	7.71%	9.41%	10.73%	12.27%	13.74%	15.15%
(-) Depreciaciones	3,495,231	3,495,230	3,495,230	3,495,229	3,495,229	2,481,830	2,481,830	2,481,830	2,481,830
(-) Amortizaciones	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS (U.A.I.)	1,903,927	6,779,498	12,448,695	17,695,751	23,662,777	30,058,712	36,589,056	43,459,943	50,680,563
Margen EBIT	0.80%	2.72%	4.75%	6.43%	8.20%	9.91%	11.49%	13.00%	14.44%
Ingresos No Operacionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos No Operacionales	7,575,489	7,233,162	5,850,558	4,061,748	1,747,386	21,127	0	0	0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (U.A.I.)	-5,671,562	-453,664	6,598,137	13,634,003	21,915,391	30,037,585	36,589,056	43,459,943	50,680,563
Margen EBT	-2.39%	-0.18%	2.52%	4.96%	7.59%	9.91%	11.49%	13.00%	14.44%
Impuesto de Renta y Complementarios	0	0	560,842	2,317,780	5,588,425	10,212,779	12,440,279	14,776,381	17,231,391
Impuesto sobre la Renta para la equidad CREE	-510,441	-40,830	527,851	1,090,720	1,753,231	2,403,007	2,927,124	3,476,795	4,054,445
UTILIDAD NETA	-5,161,121	-412,834	5,509,444	10,225,502	14,573,735	17,421,799	21,221,652	25,206,767	29,394,727
Margen Neto	-2.17%	-0.17%	2.10%	3.72%	5.05%	5.75%	6.67%	7.54%	8.38%
Dividendos	-516,112	-41,283	550,944	1,022,550	1,457,374	1,742,180	2,122,165	2,520,677	2,939,473
RESULTADO EJERCICIO	-4,645,009	-371,551	4,958,500	9,202,952	13,116,362	15,679,619	19,099,487	22,686,091	26,455,254

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA

Flujo de Caja Inversionista

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9
Exceso / Deficit	0	-6,941,524	-2,006,136	1,965,936	4,342,815	5,956,097	16,627,170	21,065,960	24,627,965	28,370,646
Dividendos	0	-516,112	-41,283	550,944	1,022,550	1,457,374	1,742,180	2,122,165	2,520,677	2,939,473
Cuotas de Capital	13,730,729		0	0	0	0	0	0	0	0
F.C.Inversionista	-13,730,729	-7,457,636	-2,047,419	2,516,881	5,365,365	7,413,470	18,369,350	23,188,126	27,148,642	31,310,119



FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO										
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9
Flujo de Caja Inversionista	-13,730,729	-7,457,636	-2,047,419	2,516,881	5,365,365	7,413,470	18,369,350	23,188,126	27,148,642	31,310,119
Prestamos	33,205,900	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Abonos a Capital	3,368,675	4,705,926	6,088,530	7,877,340	10,191,702	973,727	0	0	0	0
Intereses	7,575,489	7,233,162	5,850,558	4,061,748	1,747,386	21,127	0	0	0	0
Beneficios Tributarios	0	0	1,380,994	594,111	7,183	0	0	0	0	0
Flujo de Caja Proyecto	-35,992,465	4,481,452	8,510,674	13,861,858	17,297,270	8,408,324	18,369,350	23,188,126	27,148,642	31,310,119

