

**Viabilidad financiera y rentabilidad económica de un Cinema A&L como propuesta
comercial en el municipio de Entrerriós – Antioquia**

Alejandra Aristizabal Pérez

Lorena Montoya Sánchez

Institución Universitaria Esumer

Facultad de Estudios Empresariales y de Mercadeo

Antioquia

2016

**Viabilidad financiera y rentabilidad económica de un Cinema A&L como propuesta
comercial en el municipio de Entreríos – Antioquia**

Alejandra Aristizabal Pérez

Lorena Montoya Sánchez

Trabajo de grado presentado como requisito para optar el título de

Institución Universitaria Esumer

Facultad de Estudios Empresariales y de Mercadeo

Antioquia

2016

Nota de aceptación

Jurado

Jurado

Jurado

Fecha: Enero 18 de 2017

Dedicatoria

A nuestras familias.

Agradecimientos

Primero a Dios por permitirnos los medios para llevar a cabo la presente investigación como producto de nuestro proceso de aprendizaje.

A la Universidad por su sentido crítico y compromiso con la educación de los estudiantes procurándonos una formación integral, Proponiéndonos retos como es el resultado de esta investigación

A nuestras familias por su apoyo incondicional y paciencia en el transcurso del proceso de investigación.

A la comunidad Entrerriña por su colaboración en el proceso de trabajo de campo para la consecución de la información pertinente para dar solución al problema propuesto.

A compañeros y amigos que de alguna manera aportaron su grano de arena en el desarrollo del proyecto.

A todos gracias

Resumen

El plan de negocio Viabilidad financiera y rentabilidad económica de un Cinema A&L como propuesta comercial en el municipio de Entrerríos – Antioquia, es un trabajo que apunta a satisfacer una necesidad encontrada en el municipio de Entrerríos en materia de diversión y buena utilización del tiempo libre.

La ausencia de espacios y alternativas culturales no solo desde la escuela como institución estructurante de la sociedad, sino como alternativa extracurricular abierta al público en general, ha generado el desplazamiento de habitantes y de recursos económicos a las grandes ciudades para acceder a servicios de cine, conversatorios culturales, salas múltiples, espacios de ocio productivo y crecimiento personal

Por lo tanto, el principal objetivo es analizar la viabilidad financiera y rentabilidad económica de un Cine - Café como propuesta comercial en el municipio de Entrerríos – Antioquia, y se obtiene el siguiente plan de negocio el cual se realizó siguiendo las pautas necesarias para realizar todos los estudios requeridos.

Abstract

The business plan Financial viability and economic profitability of Cinema A & L as a commercial proposal in the municipality of Entrerríos - Antioquia, is a work that aims to satisfy a need found in the municipality of Entrerríos in terms of fun and good use of free time.

The absence of spaces and cultural alternatives not only from the school as a structuring institution of the society, but also as an extracurricular alternative open to the general public, has generated the displacement of inhabitants and economic resources to the big cities to access services of cinema, Cultural conversations, multiple rooms, spaces of productive leisure and personal growth

Therefore, the main objective is to analyze the financial viability and economic profitability of a Cine - Café as a commercial proposal in the municipality of Entrerríos - Antioquia, and obtain the following business plan which was made following the guidelines necessary to carry out all the Required studies.

Contenido

1	RESUMEN DEL PROYECTO	13
1.1	Nombre del proyecto	13
1.2	Información de los participantes	13
1.3	Resumen Ejecutivo del Proyecto	14
2	INFORMACIÓN GENERAL DEL SECTOR	15
2.1	Composición del sector	15
2.2	Situación histórica del sector	15
2.3	Situación actual del sector	16
2.4	Perspectivas del sector	16
2.5	Conclusión General del análisis sectorial.	17
3	INFORMACIÓN GENERAL DEL NEGOCIO.....	19
3.1	Propósito del Plan de Negocios	19
3.2	Información General de la Futura Empresa (o la Empresa en Funcionamiento)	19
3.3	Historia y antecedentes del Proyecto y/o la Empresa.	20
3.4	Misión.	20
3.5	Objetivos	20
3.5.1	A corto plazo	20
3.5.2	Mediano y largo plazo	20
3.6	Relación de los Bienes o Servicios	21
3.7	Ventaja Competitiva del Negocio	21
3.8	Justificación del Negocio	22
3.9	Sector y actividad al que pertenece y se dedicara la Empresa	22
3.10	Localización Geográfica de la Empresa	22

4	ANÁLISIS DEL MERCADO	23
4.1	Descripción del producto o servicio	23
4.1.1	Usos	23
4.1.2	Usuarios	23
4.1.3	Presentación	23
4.2	Demanda	24
4.2.1	Comportamiento histórico	24
4.2.2	Situación actual	24
4.2.3	Situación futura	26
4.3	Precio	29
4.3.1	Análisis actual de precios.	29
4.3.2	Elasticidad precio demanda	29
4.3.3	Elasticidad precio oferta	29
4.3.4	Variables para definir el precio	30
4.4	Estrategia Comercial	30
4.4.1	Canales de comercialización y distribución del producto	30
4.4.2	Descripción de los canales de distribución	30
4.4.3	Ventajas y desventajas de los canales empleados	31
4.4.4	Publicidad y Promoción	31
4.4.5	Conclusión General del análisis de mercados.	31
4.5	Plan de Mercadeo	31
4.6	Encuesta	32
4.7	Resultados de la encuesta	34
4.8	Interpretación de los resultados de la encuesta	40

5	ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN (ASPECTOS TÉCNICOS)	42
5.1	Producción	42
5.1.1	Descripción técnica del producto o servicio	42
5.1.2	Identificación y selección del proceso de producción	42
6	ANALISIS ORGANIZACIONAL Y LEGAL	49
6.1	Logo	49
6.2	Procesos administrativos	49
6.2.1	Procesos de selección, reclutamiento y manejo de personal.	49
6.2.2	Reclutamiento	49
6.2.3	Selección	49
6.2.4	Contratación	50
6.2.5	Procesos Financieros (contabilidad, pedidos y facturación, otros)	50
6.2.6	Procesos de Logística (almacenamiento, transporte, manejo inventarios y otros)	50
6.2.7	Procesos Propios y Externos	50
6.2.8	Estructura Organizacional (organigrama)	50
	Fuente: Elaboración propia	51
6.2.9	Requerimientos de Personal (perfiles y funciones)	51
6.2.9.1	Gerente General	51
6.2.9.2	Contador	52
6.2.9.3	Meseros	52
6.2.9.4	Operador o Proyeccionista	53
6.2.10	Requerimientos de materiales	53
6.2.11	Requerimientos de tecnología	53
	Fuente: Elaboración propia	55

6.2.12	Requerimientos locativos e infraestructura	55
6.3	ASPECTOS LEGALES	55
6.3.1	Nombre De La Empresa	55
6.3.1.1	Misión	55
6.3.1.2	Visión	56
6.3.1.3	Valores Corporativos	56
6.3.2	Documentación necesaria para la operación de la empresa	56
7	ESTUDIO FINANCIERO	59
7.1	MATERIAS PRIMAS E INSUMOS	59
7.2	ACTIVOS FIJOS	60
7.3	INVERSIÓN	62
7.4	CAPITAL DE TRABAJO	63
7.5	COSTOS DE PRODUCCIÓN	64
7.6	PRODUCCIÓN Y VENTAS	65
7.7	NÓMINA	66
7.8	GASTOS ADMINISTRATIVOS	68
7.9	PROYECCIÓN DE SERVICIO A LA DEUDA	69
7.10	FLUJO DE CAJA	70
7.11	FLUJO DE TESORERÍA	72
7.12	ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS	74
7.13	BALANCE GENERAL	75
7.14	CONCLUSIONES A LOS ESTADOS FINANCIEROS	77

Listas especiales

Lista de tablas

Tabla 1: Estudio comparativo del comportamiento de las ventas del mercado del cine en los últimos años.	25
Tabla 2: Relación de festivales de cine a nivel nacional e internacional	27
Tabla 3: Matriz de Tamaño muestrales para un universo de 9950 con una p 0,5	32
Tabla 4: Formato encuesta aplicada a una muestra de 370 habitantes del municipio de Entrerrios.....	32
Tabla 5: formato encuesta	33
Tabla 6: Maquinaria y equipo	43
Tabla 7: Materia prima, insumos y materiales	44
Tabla 8: Mano de obra perfiles y funciones.....	46
Tabla 9: Requerimientos de tecnología.....	53
Tabla 10: Costos asociados como asuntos legales.....	58
Tabla 11: Materias primas e insumos	59
Tabla 12: Activos fijos	60
Tabla 13: Inversión	62
Tabla 14: Capital de trabajo	63
Tabla 15: Costos de producción.....	64
Tabla 16: Producción y ventas	65
Tabla 17: Nómina.....	66
Tabla 18: Gastos Administrativos.....	68
Tabla 19: Proyección de servicio a la deuda.....	69
Tabla 20: Flujo de caja.....	70
Tabla 21: flujo de tesorería	72
Tabla 22: Estado de pérdidas y ganancias.....	74
Tabla 23: Balance general.....	75

Lista de ilustraciones

Ilustración 1: Flujograma de servicios	43
Ilustración 2: Distribución del espacio locativo.....	47
Ilustración 3: Organigrama	51

1 Resumen del Proyecto

1.1 Nombre del proyecto

Viabilidad financiera y rentabilidad económica de un Cine - Café como propuesta comercial en el municipio de Entrerriós – Antioquia

1.2 Información de los participantes

Alejandra Aristizabal Pérez

C.C. 1035.831.639

Alearistizabal19@hotmail.com

Tecnóloga en Administración Bancaria y de Instituciones financieras SENA

Tecnóloga en Gestión financiera Tecnológico de Antioquia

Administración financiera Esumer

Lorena Montoya Sánchez

C.C. 1.036.635.148

Email: 1991.lorena.montoya@gmail.com

Tecnóloga en contabilidad y Finanzas Sena

Administración financiera Esumer

1.3 Resumen Ejecutivo del Proyecto

Con el objetivo de analizar la viabilidad financiera y rentabilidad económica de un Cine - Café como propuesta comercial en el municipio de Entreríos – Antioquia, se presenta el siguiente plan de negocio, el cual se realizó siguiendo las pautas necesarias para realizar todos los estudios requeridos.

Se realizaron los estudios de mercado, técnico, administrativo, legal y financiero, cuyos resultados en su orden dejan ver que la propuesta es viable en su funcionamiento y de llevarse a cabo la rentabilidad en términos económicos es muy factible.

2 Información General del Sector

2.1 Composición del sector

La propuesta del Cine Café pertenece al sector terciario o de servicios de la economía colombiana. Más exactamente al sector de comercio.

El sector terciario o de servicio Incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía. Como ejemplos de ello tenemos el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, las comunicaciones, los servicios de educación, los servicios profesionales, el Gobierno, etc. (Banco de la República, 2015, pág. 1)

En el municipio de Entrerrios la economía está sustentada por el sector lechero y agrícola, es un municipio en vía de desarrollo, el cual ha tenido un crecimiento paulatino en materia de establecimientos comerciales, y a su vez ha logrado un crecimiento económico que satisface las necesidades de la población en materia de oferta.

2.2 Situación histórica del sector

Según el estudio de consumo cultural realizado por el departamento administrativo nacional de estadística DANE del año 2010- 2011 (DANE;, 2010)

La asistencia de los colombianos a cine es de un 40,9 % en el rango de edad de 12 a 25 años y 33,4 % de 26 a 40 años, siendo estos dos rangos los de mayor asistencia a salas de cine y por la misma razón los clientes potenciales; la ciudad de Bogotá representa 47,3% siendo así por gran diferencia la ciudad con mayor cantidad de asistentes a cine en el país. Según la frecuencia de asistencia el 30,7% de las personas asisten una vez cada tres meses y 26,1% una vez al mes. Finalmente, el estudio arrojó las razones por las cuales las personas no asistieron a salas de cine, con un 55,4 %

las personas aseguran que ven películas por televisión y el 42,2 % prefieren ver películas en DVD. Sin embargo, el estudio completo indica que el cine es uno de los espacios culturales de mayor consumo o con más índices de asistencia. (DANE, 2010)

2.3 Situación actual del sector

No cabe duda que el sector cinematográfico en Colombia cada vez cobra mayor auge, esto enlazado al desarrollo cultural que se ha evidenciado en las últimas décadas y reconocimiento de las potencialidades que en esta materia tiene el país.

Los estudios realizados en Colombia en cuanto al aspecto cinematográfico no son muchos, sin embargo resultados publicados por Fedesarrollo indican que se ha duplicado la asistencia a salas de cine en los últimos seis años a pesar del auge y avance tecnológico; en el año 2010 la asistencia fue de 16 millones de espectadores a más de 33 mil en el año 2010, número que ha aumentado en un 14 % a lo largo del año 2015; según el estudio Colombia es uno de los países con mayor aumento de asistencia a cine de América Latina. (Fedesarrollo, 2015)

2.4 Perspectivas del sector

En general la economía colombiana se percibe como una economía en crecimiento, fundamentada por los cambios en materia de seguridad, circunstancias políticas, culturales que determinan el futuro de la sociedad colombiana en materia económica.

El sector terciario de la economía colombiana, y por consiguiente la industria cinematográfica y todo lo que tiene que ver con ella, se encuentra en un momento muy positivo, la oferta de las actividades culturales en el país cada vez muestran mayor dinamismo, el avance tecnológico, la innovación en materia cultural y la calidad de las

películas realizadas a nivel nacional, con reconocimiento internacional se convierten en una fortaleza muy grande para emprender proyectos que permitan incursionar en el mercado del cine.

2.5 Conclusión General del análisis sectorial.

La ausencia de espacios y alternativas culturales no solo desde la escuela como institución estructurante de la sociedad, sino como alternativa extracurricular abierta al público en general, ha generado el desplazamiento de habitantes y de recursos económicos a las grandes ciudades para acceder a servicios de cine, conversatorios culturales, salas múltiples, espacios de ocio productivo y crecimiento personal.

Las alternativas para acceder a las actividades que demandan las nuevas generaciones son inexistentes, pues el mercado comercial se limita a establecimientos de venta de artículos de primera necesidad, de la canasta familiar y consumo de licor. Similar situación es la que se refleja en los municipios del norte lechero del departamento de Antioquia, siendo Entreríos una centralidad geográfica y estratégica para jalonar nuevas propuestas económicas.

Una visión cerrada del desarrollo comercial privado está generando un círculo vicioso de desempleo y mano de obra no calificada, pues las alternativas de ocupación profesional son mínimas.

El constante aumento de la población y de ingresos obtenidos de actividades ganaderas y agrícolas se invierte por fuera del municipio, desconociendo que ya existe una vocación urbana en las cabeceras municipales que demanda actividades relacionadas con el cine, el teatro y diferentes manifestaciones culturales que podrían llevarse a cabo en un Cinema A&L.

La problemática no solo tiene cabida desde una óptica cultural y las posibilidades de explotación económica de una sala múltiple adecuada tecnológicamente para diferentes eventos, sino desde la variedad gastronómica y de bebidas de buena calidad y cocina

saludable que actualmente no existe en el municipio de Entreríos y que es una prioridad en las condiciones de vida de las nuevas generaciones.

3 Información General del Negocio

3.1 Propósito del Plan de Negocios

Mediante la elaboración de este plan de negocios se tiene como propósito hacer una investigación que permita identificar las necesidades de la población y del comercio y así determinar la viabilidad financiera de un establecimiento que preste servicios de Cinema A&L en el municipio de Entreríos.

Esta propuesta investigativa está encaminada a determinar y demostrar que ciertas actividades comerciales propias de las grandes ciudades, pueden adaptarse a municipios con menor número de habitantes. Que el mejoramiento de la calidad de vida y crecimiento de la riqueza económica en ciertos municipios del Departamento de Antioquia y del país, pueden dar cabida a propuestas comerciales diferentes a las convencionales, cuya aplicación y consiguiente éxito dependen de un análisis de contexto y nichos de mercado.

Esta visión posibilita el fortalecimiento del sector comercial para generar crecimiento económico y desarrollo productivo en el Municipio de Entreríos.

3.2 Información General de la Futura Empresa (o la Empresa en Funcionamiento)

Se pretende generar un mayor acceso a la oferta del entretenimiento en especial a los amantes del séptimo arte, aportando un nuevo espacio para disfrutar el cine de una manera diferente, muy económica y cómoda; agregándole diversidad en las proyecciones para crear un espacio al cine independiente y artístico, temporadas temáticas, venta de suvenires y bebidas, de igual manera un ambiente más cultural; teniendo como principal objetivo el ofrecer nuevas opciones para este segmento del mercado del entretenimiento. Su localización será en la zona céntrica del Municipio de Entreríos.

Los valores agregados serán la posibilidad de adquirir bebidas, delicioso café colombiano en diversas preparaciones, abrir un espacio al cine - Arte, en especial a la industria del cine Colombiano y a la proyección de filmes en diferentes idiomas con gran calidad en un lugar más ameno.

3.3 Historia y antecedentes del Proyecto y/o la Empresa.

A nivel regional no existen establecimientos abiertos al público con similares características, para la población entrerreña, es una idea de negocio innovadora, que sale del gusto de la población que pide estos espacios para el sano esparcimiento.

3.4 Misión.

Ser una empresa creada para ofrecerle a la comunidad del Municipio de Entrerriós una opción diferente de entretenimiento con gran sentido cultural en donde los visitantes tengan una forma de salir de la cotidianidad y a su vez disfrutar del entretenimiento cinematográfico. Garantizando una atención con calidad.

3.5 Objetivos

3.5.1 A corto plazo

Realizar una estrategia publicitaria para dar a conocer el lugar por diferentes medios de comunicación durante los primeros seis meses.

Posicionar el Cinema A&L por medio de publicidad en los principales medios electrónicos durante los primeros 6 meses de apertura, produciendo reconocimiento voz a voz entre los jóvenes universitarios de la localidad de Entrerriós en un plazo no mayor de un año.

3.5.2 Mediano y largo plazo

- Desarrollar estrategias que permitan incrementar las ventas del servicio.

- Aumentar el número de activos, tendiente a obtener un crecimiento que favorezca la competitividad en el mercado.
- Invertir en estructura y tecnología procurando que favorezca la permanencia en el mercado con un alto nivel competitivo.
- Desarrollar estrategias de promoción tendientes al incremento de las ventas del servicio, vendiendo un servicio con buena calidad.

3.6 Relación de los Bienes o Servicios

En el Cinema A&L se ofrecerá un servicio elegante una exquisita taza de café, pasa bocas, su gastronomía y la calidad de atención; todo buscando llenar las expectativas de los clientes/visitantes.

En la empresa Cine Café, los productos: pasabocas y alimentos son preparados a la carta y según el gusto del cliente con ingredientes de la más alta calidad, para satisfacer el gusto de locales y visitantes.

3.7 Ventaja Competitiva del Negocio

El Cinema A&L tiene como ventaja competitiva: contar con un equipo tecnológico que permita ofrecer productos de mayor rendimiento y calidad a la competencia, además de tener un personal altamente calificado que a su vez le brinde un excelente servicio al cliente; situado estratégicamente lo que permite que sus clientes puedan acceder al sitio de una manera fácil y rápida.

3.8 Justificación del Negocio

Es importante la puesta en marcha del Cinema A&L en el Municipio de Entreríos para mejorar la calidad de vida de los habitantes, al prestarles un servicio de sano esparcimiento para mejor manejo del tiempo libre.

Al carecer Entreríos y sus zonas aledañas de Establecimientos Culturales como este, será muy accesible la instauración de uno; será un proyecto innovador y aceptado por la comunidad entrerreña, sin mencionar los precios tan asequibles a sus clientes, bien sea para entrar en el Cinema o para hacer uso de los productos de la Cafetería que contará con un buen surtido en bebidas, y comidas.

3.9 Sector y actividad al que pertenece y se dedicara la Empresa

La empresa pertenece al sector del comercio, su actividad es de tipo cultural y esparcimiento en el municipio de Entreríos.

3.10 Localización Geográfica de la Empresa

La empresa Cinema A&L estará ubicada en el municipio de Entreríos, al norte del Departamento de Antioquia – Colombia. Municipio que cuenta con una población distribuida en los estratos socioculturales 1,2 y 3 en su gran mayoría, considerado uno de los municipios con mayor índice de calidad de vida en el departamento de Antioquia. (Entrerrios.gov.co, s.f.). En su aspecto cultural se evidencia en la población el gusto por la buena utilización del tiempo libre, los jóvenes con ganas de salir adelante, estudiosos, comprometidos con su formación integral.

Se concibe esta idea contando con el gusto que tiene la población por el cine y la tecnología en materia de audiovisuales, lo que se convierte en una fortaleza para sacar adelante este proyecto en la población entrerreriana.

4 Análisis del Mercado

4.1 Descripción del producto o servicio

4.1.1 Usos

La empresa Cinema A&L prestará servicios de sano esparcimiento enfocado en la proyección de películas y el ofrecimiento de comidas y bebidas (en especial el café)

4.1.2 Usuarios

La población del municipio de Entreríos y regiones aledañas. Con edades comprendidas entre los 15 y 50 años de edad, amantes del séptimo arte, personas que buscan relajarse en un ambiente que combine la magia del cine y lo bueno del café.

4.1.3 Presentación

Un servicio de calidad en manos de profesionales que se preocupan por atender las necesidades de los clientes, además de contar con recursos tecnológicos, lo que incrementa el posicionamiento, pues la calidad en las películas y exquisitez en las bebidas y comidas ofrecidas lo hace único en la Región.

4.1.1 Composición

El servicio constará de: Espacio para cine y servicio de cafetería.

Se contará con una distribución locativa pensada en la comodidad de los usuarios, permitiendo así que el sonido e imagen se ajuste a los requerimientos tecnológicos con los cuales se prestará el servicio.

4.2 Demanda

Representada por la comunidad del municipio de Entrerríos, amantes de la cultura y sano esparcimiento, personas que encuentran en este servicio una forma diferente de pasar un rato agradable y productivo en materia cultural.

4.2.1 Comportamiento histórico

Cine Colombia siempre ha tenido una lucha constante para hacer del cine colombiano una actividad con reconocimiento a nivel internacional, aunque es una tarea comprometida es una tarea muy lenta en cuanto a resultados.

Cine Colombia ha venido promoviendo diferentes actividades alrededor de la cultura y al mismo tiempo apoyando la industria del cine colombiano. Cuenta con la experiencia en la participación y aporte a través del Festival Internacional de Cine de Cartagena, el cual se convierte en una importante plataforma para fomentar e impulsar la cultura del cine en nuestro país.

Adicionalmente, Cine Colombia apoya otras actividades culturales como el HAY Festival, el Festival Internacional de Música Clásica y muchos otros eventos culturales en el país. De otro lado, estamos llevando la cultura a los niños de bajos recursos. En el 2014 llegamos a más de 140 mil niños en el país, quienes asistieron por primera vez a una actividad de cine.

4.2.2 Situación actual

En Colombia actualmente la demanda para el mercado del cine va en aumento. El análisis de las estadísticas de espectadores proporciona un buen indicador del mercado cinematográfico desde el punto de vista de la demanda. (Fedesarrollo, Cine en Cifras, 2011)

Es una realidad que actualmente el cine forma parte de la cultura y como cultura nos informa de cómo es una sociedad. Razón por la cual la demanda va en aumento y se consolida como un mercado con mayor auge.

A partir de 2006 empezó a aumentar de manera sostenida la asistencia a cine en Colombia. El dinamismo ha sido tan importante, que en los últimos diez años se duplicó la asistencia a cine en el país, al pasar de casi 16 millones de espectadores en 2005 a 33,7 millones en 2010. En lo corrido de este año la tendencia creciente continúa. En el primer semestre de 2011 la asistencia creció 14,5% respecto al mismo periodo del año anterior. (Fedesarrollo, Cine en Cifras, 2011)

En cuanto al mercado en cifras presenta un estudio comparativo que sirve de base para identificar el comportamiento de las ventas del mercado del cine en los últimos años. (Fedesarrollo, Boletín sobre el desarrollo cinematográfico en Colombia, 2015)

Tabla 1: Estudio comparativo del comportamiento de las ventas del mercado del cine en los últimos años.

Año	Estrenos colombianos	Estrenos extranjeros	Total estrenos	Porcentaje de estrenos colombianos
1993	2	274	276	0.72%
1994	1	267	268	0.37%
1995	2	249	251	0.505
1996	3	270	273	1.10%
1997	1	251	252	0.40%
1998	4	237	241	1.7%
1999	3	243	246	1.2%
2000	4	200	204	2.0%
2001	7	196	203	3.4%
2002	4	176	150	2.2%
2003	5	170	175	2.9%
2004	8	159	167	4.8%
2005	8	156	164	4.9%
2006	8	154	162	5.0%
2007	10	188	198	5.1%

2008	13	187	200	6.5%
2009	12	202	214	5.6%
2010	10	197	207	4.8%
2011	18	195	213	8.5%
2012	23	189	212	12.2%
2013	13	181	194	7.2%

Fuente: (Zuleta Jaramillo, 2003)

4.2.3 Situación futura

El mercado de cine en Colombia muestra un futuro muy promisorio, dado que se está avanzando en varios aspectos que tienen que ver con la producción. El gobierno Colombiano en procura de satisfacer la demanda y apoyar a los productores que mucho han hecho en las últimas dos décadas por la calidad del cine en Colombia; mediante la ley 814 de 2003, conocida como Ley del por lo cual: "se dictan normas para el fomento de la actividad cinematográfica en Colombia", por medio de cobro de impuestos a distribuidores, exhibidores y productores de cine, cuyo recaudo estará destinado a apoyar a realizadores de largometrajes, cortometrajes y documentales, así como proyectos de formación de públicos.

Dichos fondos son administrados por El Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica PROIMAGENES en Movimiento. Gracias a esta ley durante la primera década del siglo XXI la producción cinematográfica aumentó significativamente.

El país cuenta con diferentes festivales de nivel nacional e internacional, dentro de los que se destacan el Festival internacional de cine de Cartagena que se lleva a cabo desde de 1960 en la ciudad de Cartagena de Indias y cada año se encarga de premiar lo mejor del cine Iberoamericano entregando a los ganadores la estatuilla denominada India Catalina y el Festival de cine de Bogotá cuya primera edición fue en 1984 y está especializado en premiar con el "Círculo Precolombino" a nuevos directores a nivel mundial. (Colombia.com, 2016)

Tabla 2: Relación de festivales de cine a nivel nacional e internacional

Festival	Ciudad	Versión
Cine en femenino	Bogotá - Itinerante	
Cinecita festival internacional de cine y tv para niños y jóvenes	Bogotá	
Daupará muestra de cine y video indígena de Colombia	Bogotá - Itinerante	
Encuentro nacional de críticos y periodistas de cine de Pereira	Pereira	15
El saman festicine video imagen	Viterbo - Caldas	4
[Eurocine festival de cine europeo en Colombia	Bogotá - Itinerante	20
Feria audiovisual y cinematográfica de Manizales	Manizales	
Festicinekids	Cartagena	
Festival de cine colombiano al campo "siembra fest"	Cundinamarca - Itinerante	4
Festival de cine colombiano	Medellín	8
Festival de cine corto de Popayán	Popayán	6
Festival de cine de Bogotá	Bogotá	30
Festival de cine de castilla cica	Medellín	
Festival de cine de infancia y adolescencia ciudad de Bogotá	Bogotá	
Festival de cine de Neiva cinexcusa	Neiva	11
Festival de cine de provincia	Ibagué	
Festival de cine de santa fe de Antioquia	Santa Fe de Antioquia	15
Festival de cine del sur	Pereira	9
Festival de cine universitario intravenosa	Cali	
Festival de cine verde de barichara	Barichara	
Festival de cine y video afro ananse	Cali	
Festival de cine y video comuna 13 la otra historia	Medellín	
Festival de cine y video de san Agustín	San Agustín	

Festival de cortos de Bogotá. Bogoshorts	Bogotá	12
Festival documental sobre diversidad cultural, beeld voor beeld	Bogotá	
Festival internacional de cine al mar	Santa Marta	3
Festival internacional de cine de barichara ficba	Barichara	
Festival internacional de cine de Cali	Cali	
Festival internacional de cine de Cartagena de indias ficci	Cartagena	55
Festival internacional de cine de Montería	Montería	
Festival internacional de cine de pasto ficpa	Pasto	
Festival internacional de cine de Santander fics	Bucaramanga	
Festival internacional de cine de villa de Leyva	Villa de Leyva	
Festival internacional de cine y video alternativo y comunitario ojo al sancocho	Ciudad Bolívar Bogotá	
Festival internacional de cortometrajes cine a la calle	Barranquilla	14
Festival internacional de cortometrajes y escuelas de cine el espejo	Bogotá	11
Festival internacional de experimentación cinetoro	Toro	
Festival internacional de la imagen	Manizales	
Festival nacional de cine y video comunitario	Cali	
Festival sanandresano de cine y televisión encarrete isleño	San Andrés	
Muestra audiovisual cine sinú	Montería	
Muestra audiovisual mirada de gato	Neiva	13
<u>Muestra internacional documental</u>	Bogotá - Itinerante	15
Salón del autor audiovisual	Barranquilla	16
Salón internacional de la luz	Bogotá	
Sincelejo micine	Sincelejo	
Surrealidades festival iberoamericano de cine ambiental y ddhh	Bogotá	
Zinema zombie fest	Bogotá	

Festival universitario de cine y audiovisuales equinoxio	Bogotá	17
--	--------	----

Fuente: (Zuleta Jaramillo, 2003)

4.2 Oferta

El municipio de Entrerríos no cuenta con un servicio de esta naturaleza, por lo tanto, es un producto innovador, con una capacidad máxima de 50 personas.

En la actualidad la localidad solo cuenta con salas de internet o teatro Municipal, sin embargo, los servicios que allí se ofrecen no cumplen a cabalidad con la expectativa de la población, su uso es restringido y en su mayoría son utilizados para el desarrollo de eventos Municipales en el caso del teatro o para realizar tareas u otro tipo de actividades que en muchas casas funcionan como distractor para niños y jóvenes.

Es remota la posibilidad de que las grandes salas de cine lleguen a la población de Entrerríos, pero no es imposible tampoco, solo que en el momento no se concibe como un proyecto a corto plazo.

4.3 Precio

4.3.1 Análisis actual de precios.

En la actualidad las salas de cine prestan un servicio con precios que oscilan entre los \$6.000 y \$16.000

4.3.2 Elasticidad precio demanda

El precio del servicio ofrecido con relación al establecido en las grandes salas de cine del país lo mantendremos constante, de esta manera estamos garantizando que se cumpla con las características requeridas y a menor precio, lo que implica una tarifa de \$7.000. En consecuencia, si el precio aumenta se corre el riesgo de que la demanda disminuya, lo cual se puede evitar hasta que el negocio esté bien posicionado en la población.

4.3.3 Elasticidad precio oferta

El precio con relación a la oferta se mantendrá durante el primer año de apertura del negocio. En cuanto a sus características e elasticidad, precio-oferta, si el precio aumenta, la oferta debe garantizar cambios positivos para la demanda.

4.3.4 Variables para definir el precio

- Costos
- El valor que el cliente le da al producto.
- Los precios de productos competidores.
- Restricciones legales en cuanto a la fijación de precios.
- Los objetivos y metas que se ha fijado la empresa.

4.4 Estrategia Comercial

El servicio será prestado en el municipio de Entreríos, en un local ubicado en la zona céntrica.

4.4.1 Canales de comercialización y distribución del producto

La comercialización y distribución se realizará productor – consumidor: por cuanto el servicio se ofrecerá. Se realiza por medio de las ventas directas.

4.4.2 Descripción de los canales de distribución

Las ventas directas son un canal de distribución, todo el esquema depende de una fuerte y organizada estructura.

4.4.3 Ventajas y desventajas de los canales empleados

Las ventas directas se caracterizan por altos costos fijos, se necesita conocer el mercado en el cual se pretende incursionar, de esta manera podremos llegar a ser competitivos, mantener un personal calificado, con salarios que se ajusten a lo presupuestado. Permite con base al control de la productividad garantizar un nivel de ventas

4.4.4 Publicidad y Promoción

Se implementarán estrategias como:

- Volantes: Se estima que se necesitarán aproximadamente 200 volantes los cuales se repartirán a los habitantes del municipio de Entreríos.
- Página Web: este será nuestro puente de información; el café, bebidas, y platos a la carta con precios de cada uno, número de teléfono, dirección y correo electrónico (e-mail) donde cada cliente podrá comunicarse con nosotros y obtener el producto que desea.

4.4.5 Conclusión General del análisis de mercados.

Al concluir el análisis de mercado, se evidencia que la idea de poner en funcionamiento la empresa Cinema A&L en el municipio de Entreríos, es pertinente en cuanto a proporcionar un servicio innovador, asequible a toda la comunidad y que va a contribuir a mejorar su calidad de vida en materia de sano esparcimiento y fortalecimiento cultural.

4.5 Plan de Mercadeo

Para realizar el plan de Mercadeo se parte del análisis DOFA en donde se podrá evidenciar las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas con las cuales cuenta la empresa al momento de incursionar en el mercado.

Encuesta aplicada a una muestra de 370 personas del municipio de Entreríos:

Muestra que se calculó mediante la fórmula para poblaciones finitas si se tiene en cuenta que la población del municipio de Entreríos según Censo de 2015 es de 9950 habitantes. (Entrerrios.gov.co, s.f.)

Calculo de la muestra:

Muestra: 370

Tabla 3: Matriz de Tamaño muestrales para un universo de 9950 con una p de 0,5

Matriz de Tamaños muestrales para un universo de 9950 con una p de 0,5										
Nivel de Confianza	d [error máximo de estimación]									
	10,0%	9,0%	8,0%	7,0%	6,0%	5,0%	4,0%	3,0%	2,0%	1,0%
90%	67	82	104	135	183	262	403	695	1.438	4.012
95%	95	117	148	192	260	370	566	964	1.934	4.887
97%	116	143	181	235	317	450	685	1.156	2.271	5.392
99%	164	201	253	328	442	624	942	1.559	2.934	6.227

4.6 Encuesta

Tabla 4: Formato encuesta aplicada a una muestra de 370 habitantes del municipio de Entreríos.

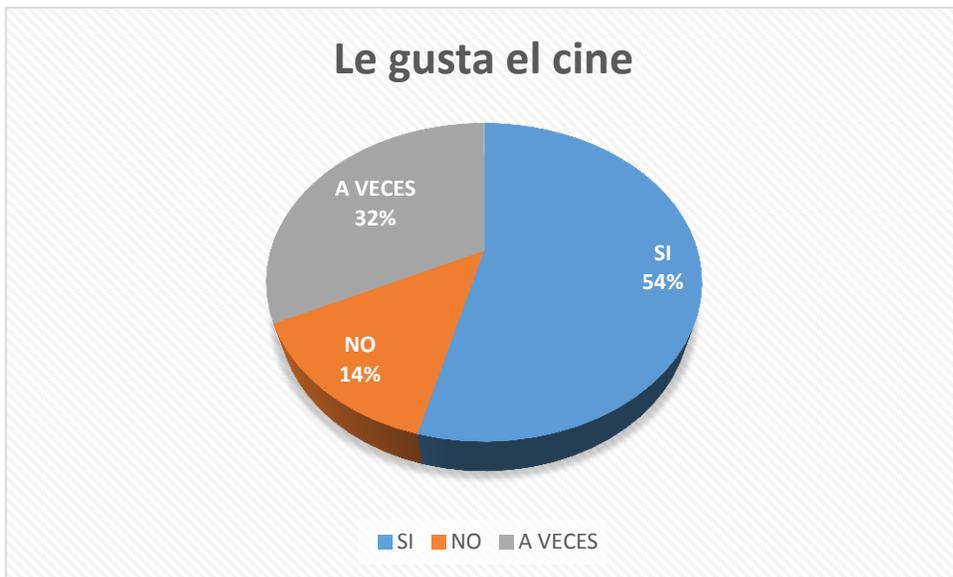
Tabla 5: formato encuesta

1. LE GUSTA EL CINE	SI
	NO
	A VECES
2. CADA CUANTO VA A CINE	SEMANAL
	MENSUAL
	TRIMESTRAL
3. QUÉ CLASE DE PELÍCULAS LE GUSTAN	FICCIÓN
	DRAMA
	COMEDIA
	POLICIAL
4. QUÉ ASPECTO CONSIDERA MÁS RELEVANTE CUANDO ASISTE AL CINE	CARTELERA
	PRECIO
	COMODIDAD
	CERCANIA
	HORARIO
5. A LA HORA DE ELEGIR UN CINEMA QUE CONSIDERA MÁS IMPORTANTE	Calidad de audio e imagen, compañía,
	Agilidad en la venta de tiquetes.
	Combos de comidas rápidas.
	Silencio total (no celulares ni niños.)
6. CUÀLES DE ESTOS PRODUCTOS LE GUSTA COMO OFERTA ADICIONAL EN EL CINEMA:	Souvenirs (Artículos de las películas)
	Mayor variedad en bebidas (alcohólicas, jugos naturales, té,

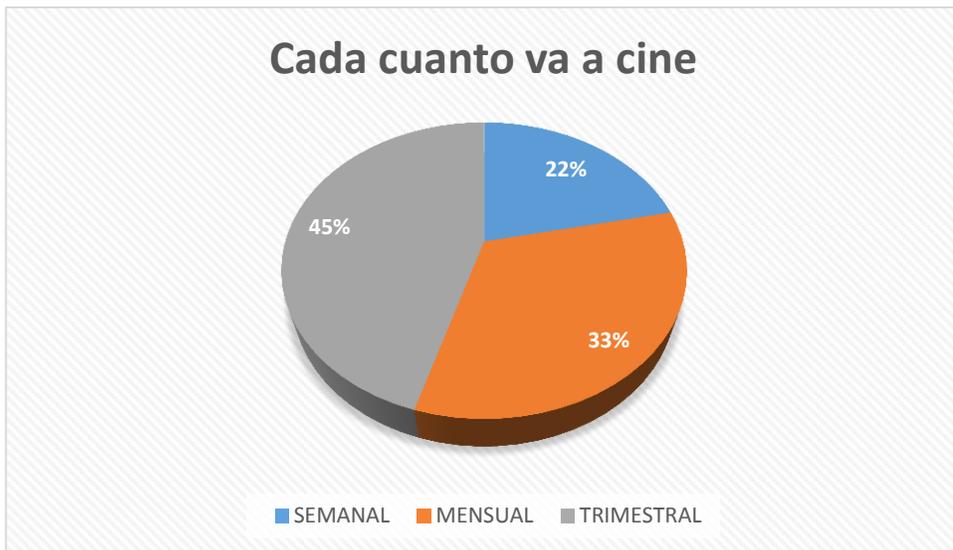
	café, etc.)
	Variedad en comida (comida vegetariana y postres)
7. EN CUAL FORMATO LE GUSTA VER LAS PELÍCULAS:	CINEMA
	INTERNET
	TELEVISIÓN
	ARQUILER
8. CUANDO VA AL CINE NORMALMENTE VA CON:	AMIGOS
	PAREJA
	FAMILIA
	OTROS
9. CUAL ES SU ACTIVIDAD FAVORITA PARA COMBINARLA CON EL CINE	BAR
	RESTAURANTE
	CAFÉ
	GALERIA DE ARTE
	LIBRERÍA
	OTRO
10. EN CUANTO AL ESPACIO FÍSICO EN QUÉ ASPECTO TE FIJAS MAS:	IMAGEN Y DECORACIÓN
	PRECIO
	COMODIDAD
	VARIACIÓN DE SERVICIOS
	UBICACIÓN
	OTROS

Fuente: Elaboración propia

4.7 Resultados de la encuesta

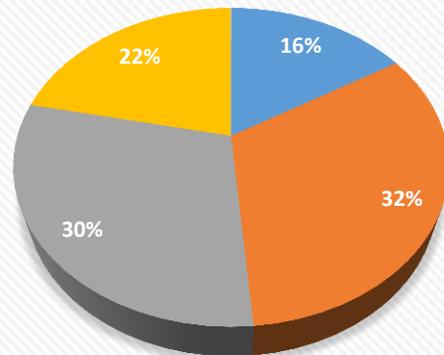


Análisis: De los 370 encuestados el 54% respondieron que les gusta ir al cine, el 14% no les gusta el cine y el 32% responden que les gusta ir al cine muy esporádicamente.



Análisis: El 45% asiste al cine trimestralmente, el 33% asiste mensualmente y el 22% asiste semanalmente.

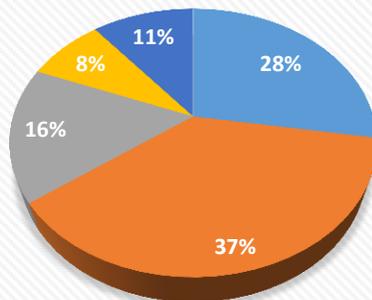
Qué clase de películas le gustan



FICCIÓN DRAMA COMEDIA POLICIAL

Análisis: El 30% les gusta la comedia, el 32% el drama el 16% la ficción y el 22% las películas policiacas.

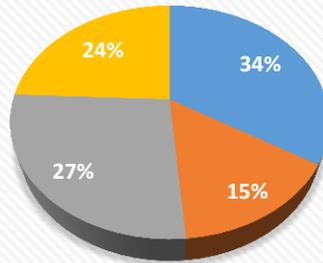
Qué aspecto considera más relevante cuando asiste la cine?



CARTELERA PRECIO COMODIDAD CERCANIA HORARIO

Análisis: El 37% considera que el aspecto más relevante es el precio, el 28% tiene en cuenta primero la cartelera, el 11% el horario, el 16% la comodidad y el 8% la cercanía.

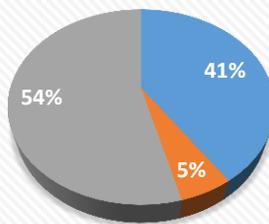
A la hora de elegir un cinema qué considera más importante?



- Calidad de audio e imagen, compañía
- Agilidad en la venta de tiquetes
- Combos de comidas rápidas
- Silencio total (no celulares ni niños.)

Análisis: A la hora de elegir un cinema el 34% considera más importante la calidad de audio e imagen, el 15% la agilidad en la venta de tiquetes, el 27% el aspecto de las comidas rápidas y el 24% el silencio total en la sala.

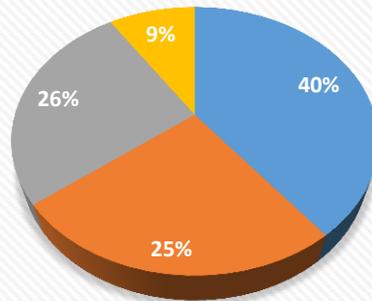
¿Cuáles de estos productos le gusta como oferta adicional en el cinema?



- Souvenirs (Artículos de las películas)
- Mayor variedad en bebidas (alcohólicas, jugos naturales, té, café, etc)
- Variedad en comida (comida vegetariana y postres)

Análisis: El 41% considera importante como oferta adicional los souvenirs, el 5% mayor variedad en bebidas alcohólicas, jugos naturales, te, café, etc. El 54% considera importante la variedad en comida.

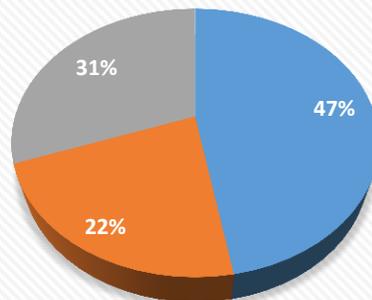
¿En cual formato le gusta ver las películas?



■ CINEMA ■ INTERNET ■ TELEVISIÓN ■ ARQUILER

Análisis: El 40% prefiere el formato de cine, el 25% en internet, el 26% en televisión y el 9% en películas de alquiler.

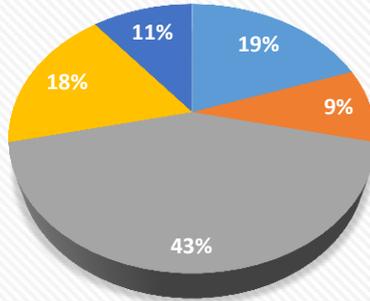
¿Cuando va al cine normalmente va con?



■ AMIGOS ■ PAREJA ■ FAMILIA ■ OTROS

Análisis: el 47% va acompañado por amigos, el 22% por la pareja, el 31% con la familia.

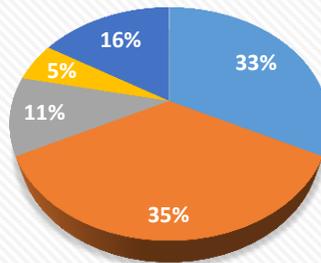
¿Cuál es su actividad favorita para combinarla con el cine?



■ BAR ■ RESTAURANTE ■ CAFÉ ■ GALERIA DE ARTE ■ LIBRERÍA ■ OTRO

Análisis: Para el 43% la actividad favorita para combinarla con el cine es el café, el 19% el bar, el 11% la librería, el 18% la galería de arte y el 9% el restaurante.

¿En cuanto al espacio físico en qué aspecto te fijas más?



■ IMAGEN Y DECORACIÓN ■ PRECIO ■ COMODIDAD
■ VARIACIÓN DE SERVICIOS ■ UBICACIÓN ■ OTROS

Análisis: El 35% considera que el precio es el aspecto en el cual se fija más, seguido de un 33% que considera importante la imagen y la decoración, el 11% la comodidad, el 16% la ubicación, y el 5% la variación de servicios.

4.8 Interpretación de los resultados de la encuesta

De acuerdo con (Alney & Marquez, 2014) “La investigación de mercado es la voz del cliente dentro de una empresa” (pág. 3), el usuario es el principal protagonista, pues es quien consume nuestro bien o servicio, por ello en la Investigación de Mercado se estudia a profundidad y con detalle cómo nos perciben nuestros clientes, cuáles son sus necesidades, expectativas, deseos, que demandan de nuestro producto o servicio entre otros.

“La IM nos brinda la oportunidad de conocer más a los clientes tanto actuales como potenciales. Permitiendo tener una mejor perspectiva del mercado meta, manejando toda esta información cualquier empresa u organización puede establecer y definir las mejores estrategias mercadológicas para desarrollar un servicio o producto que cumpla con las demandas, exigencias y expectativas de los clientes”. (Alney & Marquez, 2014)

Para una empresa por muy pequeña que sea es de suma importancia tener un diagnóstico claro y definido sobre los factores internos y externos que nos corresponden como organización, ya que conociendo claramente los elementos de influencia nos permitirán sacar provecho de nuestras Fortalezas y Oportunidades para diseñar maniobras que nos posibiliten alcanzar los objetivos planteados en la empresa.

Por lo anterior La matriz DOFA es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación de mercado para llevar a cabo una idea de negocio con menor riesgo posible en cuanto a la inversión que se piensa realizar en términos de dinero.

FORTALEZAS

- Conocimiento empresarial, tecnológico, comunicacional y cultural por parte de los creadores del proyecto.
- Diversidad en las proyecciones y productos.
- Excelente localización.
- Buen filtro en la contratación de personal, perfiles, requisitos y responsabilidades claras y completas.
- Cantidad de medios en los cuales se puede dar publicidad para este tipo de establecimiento.
- Dos de los principales servicios de ocio unificados y personalizados.

OPORTUNIDADES

- Auge e importancia de los espacios culturales en la ciudad de Bogotá.
- Cantidad de personas amantes del séptimo arte y la cultura en general.
- El mercado objetivo está entre la porción de personas que más utilizan los principales medios de comunicación, es decir son de fácil alcance.

DEBILIDADES

- Capacidad menor que la de otros cinemas.
- comerciales de la ciudad.
- Falta de estacionamiento.

AMENAZAS

- La industria de proyección de cine es dominada por grandes empresas.
- Mercado cerrado y estandarizado.
- Entrada de nuevos competidores que puedan mejorar tecnología, comodidad o precios.
- Menor poder adquisitivo de los clientes.

5 Análisis de la Producción (Aspectos Técnicos)

5.1 Producción

5.1.1 Descripción técnica del producto o servicio

El servicio que se ofrecerá a la población de Entreríos, será un servicio de Cinema acompañado de deliciosos pasa bocas y exquisita taza de café con calidad y excelente prestación del servicio.

Los productos que se ofrecerán, son preparados con ingredientes de la más alta calidad.

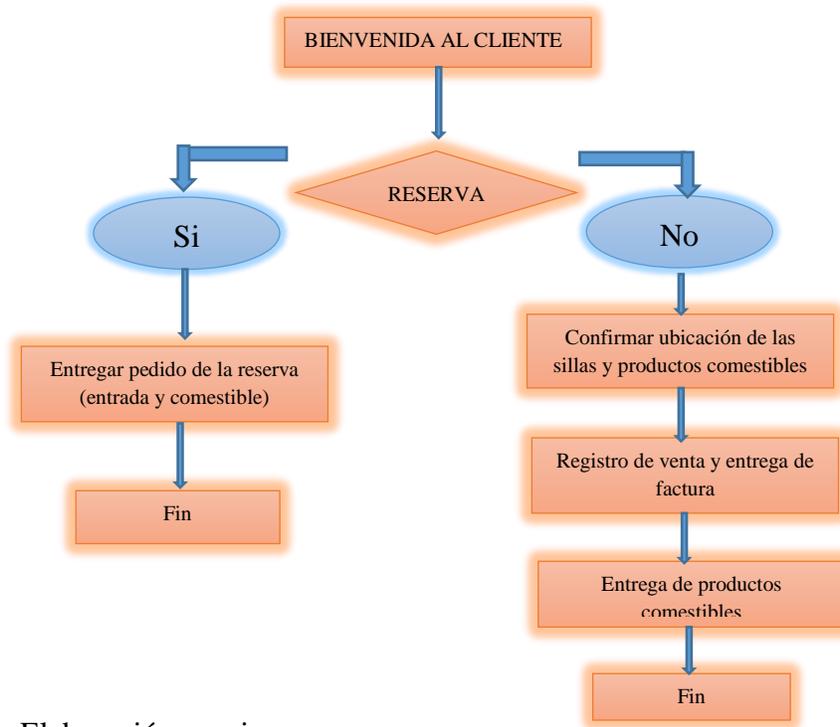
Con respecto al servicio de cafetería se deberán cubrir los aspectos básicos de calidad en cuanto a atención al cliente y a calidad de los productos, que en este caso serían los diferentes tipos de café y los demás productos que se vendan.

Por otro lado, de cine se debe de ofrecer con equipos de alta tecnología que garanticen la calidad del servicio y por lo tanto la completa satisfacción del cliente, es decir con la asistencia que el consumidor requiera, además resulta muy importante la limpieza del lugar, así como la apariencia y preparación de los empleados.

5.1.2 Identificación y selección del proceso de producción

Para realizar el diseño de los procesos operativos indicados para la creación de esta empresa se organizaron actividades de acuerdo a los objetivos determinados para cada una de los servicios presentados en el Cine - Café, los procesos se dividen así mismo en sub-procesos que ordenan las actividades a cumplir, se llevará una gestión de estos para proporcionar mejoras en todos los servicios ofrecidos y crear de esta manera una fidelización del cliente.

Ilustración 1: Flujograma de servicios



Fuente: Elaboración propia

5.1.1 Inversiones en maquinaria y equipo

Tabla 6: Maquinaria y equipo

Construcciones y Edificios	5.000.000
Maquinaria y Equipo de Operación	74.912.000
Muebles y Enseres	6.047.900
Equipo de Oficina	2.909.148
TOTAL	88.869.048

Fuente: Elaboración propia

5.1.2 Descripción de materia prima, insumos y materiales

Tabla 7: Materia prima, insumos y materiales

Sonido:	
Salidas de sonido HDMI: \$ 1.700.000	Cables para salidas de sonido HDMI: \$ 500.000
Cabina de sonido audio profesional Dolby SRD / EX: \$ 2.340.000	Luces LED: \$ 8.000.000
Lector Digita Procesador CP650D:\$ 1.500.000	
Café- barra:	
1 Horno de especialidad para baguette modelo drhg-1e\$ 1.700.000	1 Estantería para almacenamiento de productos \$ 600.000
Refrigerador comercial vertical Ojeda \$ 2.100.000	1 Mesa de trabajo en acero inoxidable \$ 700.000
1 Lavaplatos de preparación y colgador MAVI \$ 250.000	1 Barra con aparador trasero para exhibir bebidas MAVI \$600.000
1 Extractor de olores modelo CEC 6005A10 GE PROFILE\$ 500.000	1 Refrigeradores de cerveza comercial vertical Ojeda \$ 700.000
Dispensador de hielo y fuente de agua TROVIT \$ 300.000	3 Mezcladores \$ 60.000
Barril 20lts \$ 350.000	1MAIOR equipo de café expresso \$ 1.500.000
Vasos y copas \$ 900.000	60 Sillas madera de haya \$ 1. 600.000
45 Mesas \$ 2.500.000 (se incluyen las mesas de la sala de cine)	1 Maquina granizados GBG \$ 3.300.000
Luces \$300.000	1 Maquina crispetera comercial olla de 8 Oz \$ 799.000
Sala de cine:	
Sistema de Audio	Pantalla 70mm 9×19.7m \$ 8.000.000
Dolby estéreo \$ 7.200.000	

Proyector cinema 3010+ 3D Full HD \$ 5.913.500	50 Sillas de cine \$ 8.940.000
Tienda de souvenirs:	
1 Estantería en madera \$ 350.000	3 Cajas registradoras HP RP3000 Intel Atom 230 1.60GHz, 1GB, 250GB, Windows \$ 1.500.000
Artículos oficina	
Escritorio col 7. Bilbao Wenge \$ 649.900	Caja papel Premium tamaño carta c/5000 \$ 68.000
Computador 1.60GHz, 1GB, 250GB, Windows \$ 1.500.000	Blu- ray 3d Sony \$ 349.000
Artículos de escritorio \$ 45.700	Silla ergonómica \$ 550.000
Impresora Multifunción HP Deskjet 3050 Jato de Tinta\$ 236.000,00	EscanerHewlett Packard Scan Jet 5590 \$ 478.448,00
Instalaciones generales:	
Eléctricas \$ 1.000.000	Decoración \$ 1.500.000
Otros \$ 1.300.000	Dispensador de gaseosa 6 compartimientos \$ 750.000

Fuente: elaboración propia

5.1.3 Requerimientos de Mano de Obra (Perfiles y Funciones)

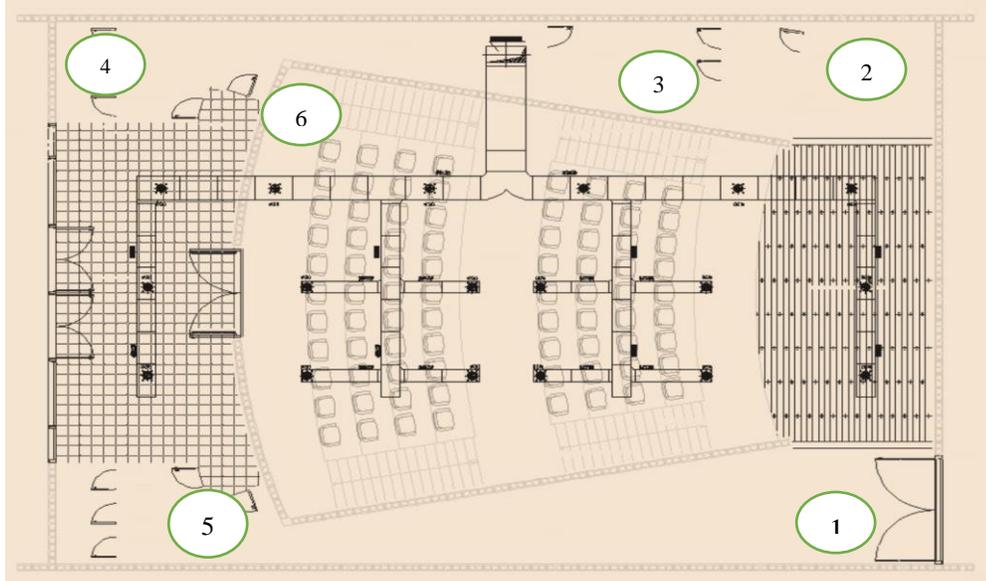
Tabla 8: Mano de obra perfiles y funciones

CARGO	Capacidad productiva en tiempo	Capacidad productiva en unidades de producto.
Operador o proyeccionista - 1 empleado por turno - 2 empleados diarios	- 6 horas por turno -Funciones de 2 horas c/u.	3 Funciones cada turno divididas en la mañana y tarde para dar un total de 6 funciones diarias.
Meseros 4 empleados por turno 8 empleados diarios	-6 horas por turno -4,8 minutos por persona	75 personas cada mesero en un turno.
Vendedor de souvenirs 1 empleado por turno 2 empleados diarios	-6 horas por turno - 3 minutos por persona	200 personas cada vendedor en un turno.
Técnico culinario 1 empleado Trabajo de medio tiempo.	-6 horas por turno -7,2 minutos por Sándwich.	50 Sándwich diario.

Fuente: Elaboración propia

5.1.4 Distribución espacial y requerimientos de Áreas de Trabajo

Ilustración 2: Distribución del espacio locativo.



Fuente: Elaboración propia

En la ilustración anterior se evidencia la distribución de la sala de cine con sus diferentes servicios. Esta incluye: área de la pantalla, los pasillos de acceso, la salida de emergencia, las graderías y la zona de la silletería que tendrá capacidad para 50 personas. La ante-sala diseñada para el café tendrá capacidad para 15 personas, a los extremos de esta encontramos las zonas dispuestas para la venta de productos adicionalmente en el plano se encuentra la zona de baños y oficinas. Finalmente, se puede apreciar el sistema de ventilación, las salidas y la cabina de sonido y proyección. A continuación, se encuentra los indicadores de cada numeración.

1. Salida de emergencia

2- Zona de oficinas

3- Baños

4- Venta de boletería, puntos de pago y venta de souvenirs

5- Venta de productos comestibles y bebidas

6- Cabina de sonido y proyección

5.2 Capacidad de Producción

El Cine Café tendrá una capacidad para atender a un número de 50 personas.

5.2.1 Factores para la definición del Tamaño óptimo (mercado, tecnología, localización, inversiones, otros)

Para determinar el tamaño del negocio se tuvo en cuenta:

El censo de los habitantes del municipio

La definición de la demanda, evidenciada por el reconocimiento del gusto de la población por las actividades culturales.

Es un servicio que no se encuentra en la región.

5.2.2 Metodología para la definición del tamaño

Para la definición del tamaño se consultó el No. de habitantes de la región y el tamaño del local en el cual funcionará el Cine – Café

5.2.3 Capacidad de producción óptima.

Teniendo en cuenta el área del local y la maquinaria en la cual se invierte para la prestación del servicio.

5.3 Plan de Producción

6 ANALISIS ORGANIZACIONAL Y LEGAL

6.1 Logo



6.2 Procesos administrativos

6.2.1 Procesos de selección, reclutamiento y manejo de personal.

6.2.2 Reclutamiento

Se desarrollará utilizando las secciones o páginas de prensa e internet enfocados a las ofertas de empleo.

6.2.3 Selección

Dependiendo del cargo se deberá contar con una experiencia mínima de 6 a 12 meses en el área al cual es aspirante.

Las hojas de vida serán analizadas por el gerente general.

Sólo se tendrá en cuenta los perfiles que cumplan con todos los requerimientos anteriormente estipulados.

Se citarán a entrevista las personas más acordes a los ideales empresariales y en estas se evaluarán puntos como puntualidad, presentación personal, trabajo en equipo y desenvolvimiento a diferentes situaciones.

Se seleccionará la persona que cumpla con todos los requisitos anteriormente estipulados y que sobresalga más en las áreas principalmente solicitadas.

6.2.4 Contratación

Se establecerán los términos y condiciones de las contrataciones con los empleados.

Se firmarán los contratos a término indefinido. El contrato laboral a término indefinido conlleva los siguientes pagos: seguridad social, parafiscales, retención en la fuente.

Se irá evaluando el compromiso y cumplimiento de las condiciones establecidas en el contrato, los valores empresariales y el desempeño que los empleados lleven a cabo.

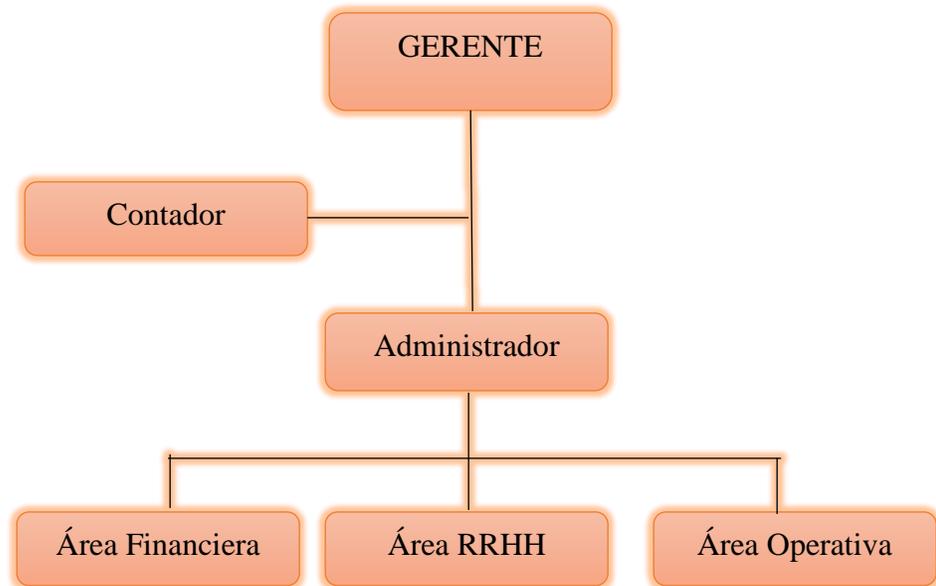
6.2.5 Procesos Financieros (contabilidad, pedidos y facturación, otros)

6.2.6 Procesos de Logística (almacenamiento, transporte, manejo inventarios y otros)

6.2.7 Procesos Propios y Externos

6.2.8 Estructura Organizacional (organigrama)

Ilustración 3: Organigrama



Fuente: Elaboración propia

6.2.9 Requerimientos de Personal (perfiles y funciones)

6.2.9.1 Gerente General

Formación académica y experiencia: Profesional en administración de empresas o carreras afines. Experiencia laboral mínima de un año.

El perfil para este cargo es el de una persona capaz de liderar un grupo de trabajo, con una visión estratégica hacia el fortalecimiento de las áreas más precisas de la empresa y que demuestre un gran interés por las áreas culturales, sociales e interpersonales.

Responsabilidades:

Como representante legal de la empresa, será el encargado de las relaciones con bancos, entidades que se requiera y proveedores.

Selección y contratación de personal, bajo los perfiles solicitados o esperados.

Realizar un seguimiento y asegurar el cumplimiento de cada uno de los objetivos propuestos por la empresa.

Vigilar y controlar el cumplimiento de las funciones de las diferentes áreas.

Definir salarios, nuevas oportunidades de negocio y políticas financieras.

Crear el plan estratégico de la empresa.

6.2.9.2 Contador

Formación académica y experiencia: Profesional contable con experiencia laboral mínima de un año.

Perfil: El perfil buscado para este cargo incluye a un profesional con ética, responsabilidad, analítico y que se desarrolle con astucia en la formulación de soluciones o estrategias.

Responsabilidades:

Registrar y presentar al día la información contable de todas las áreas de control o financieras implicadas en la empresa.

Proponer soluciones viables a posibles inconvenientes que se presenten en su área.

6.2.9.3 Meseros

Perfil: Las competencias requeridas para este cargo son tener buenas relaciones interpersonales, trabajo en grupo y personalidad abierta, paciente y amable.

Experiencia: experiencia laboral mínima de seis meses.

Responsabilidades:

Dar calidad en el servicio, tener un completo conocimiento de los productos o servicios ofrecidos y poder transmitirlos de manera clara al cliente.

Mantener una buena relación con el cliente, brindando un servicio amable y completo.

6.2.9.4 Operador o Proyeccionista

Perfil: Este cargo requiere de alguien con conocimiento y experiencia en los aspectos técnicos de un cinema, debe contar con versatilidad y agilidad.

Experiencia: experiencia laboral mínima de un año.

Responsabilidades:

Manejo y proyección de los filmes.

Dirección del sonido.

6.2.10 Requerimientos de materiales

6.2.11 Requerimientos de tecnología

Tabla 9: Requerimientos de tecnología

Sonido:	
Salidas de sonido HDMI: \$ 1.700.000	Cables para salidas de sonido HDMI: \$ 500.000
Cabina de sonido audio profesional Dolby SRD / EX: \$ 2.340.000	Luces LED: \$ 8.000.000
Lector Digita Procesador CP650D:\$ 1.500.000	
Café- barra:	
1 Horno de especialidad para baguette modelo drhg-1e\$ 1.700.000	1 Estantería para almacenamiento de productos \$ 600.000
Refrigerador comercial vertical Ojeda \$ 2.100.000	1 Mesa de trabajo en acero inoxidable \$ 700.000

1 Lavaplatos de preparación y colgador MAVI \$ 250.000	1 Barra con aparador trasero para exhibir bebidas MAVI \$600.000
1 Extractor de olores modelo CEC 6005A10 GE PROFILE\$ 500.000	1 Refrigeradores de cerveza comercial vertical Ojeda \$ 700.000
Dispensador de hielo y fuente de agua TROVIT \$ 300.000	3 Mezcladores \$ 60.000
Barril 20lts \$ 350.000	1MAIOR equipo de café expresso \$ 1.500.000
Vasos y copas \$ 900.000	60 Sillas madera de haya \$ 1. 600.000
45 Mesas \$ 2.500.000 (se incluyen las mesas de la sala de cine)	1 Maquina granizados GBG \$ 3.300.000
Luces \$300.000	1 Maquina crispetera comercial olla de 8 Oz \$ 799.000
Sala de cine:	
Sistema de Audio	Pantalla 70mm 9×19.7m \$ 8.000.000
Dolby estéreo \$ 7.200.000	
Proyector cinema 3010+ 3D Full HD \$ 5.913.500	50 Sillas de cine \$ 8.940.000
Tienda de souvenirs:	
1 Estantería en madera \$ 350.000	3 Cajas registradoras HP RP3000 Intel Atom 230 1.60GHz, 1GB, 250GB, Windows \$ 1.500.000
Artículos oficina	
Escritorio col 7. Bilbao Wenge \$ 649.900	Caja papel Premium tamaño carta c/5000 \$ 68.000
Computador 1.60GHz, 1GB, 250GB, Windows \$ 1.500.000	Blu- ray 3d Sony \$ 349.000
Artículos de escritorio \$ 45.700	Silla ergonomica \$ 550.000

Impresora Multifunción HP Deskjet 3050 Jato de Tinta\$ 236.000,00	EscanerHewlett Packard Scan Jet 5590 \$ 478.448,00
Instalaciones generales:	
Eléctricas \$ 1.000.000	Decoración \$ 1.500.000
Otros \$ 1.300.000	Dispensador de gaseosa 6 compartimientos \$ 750.000

Fuente: Elaboración propia

6.2.12 Requerimientos locativos e infraestructura

6.3 ASPECTOS LEGALES

6.3.1 Nombre De La Empresa

Cinema A&L Entrerriós

6.2.1 Tipo de organización empresarial

La empresa se constituirá mediante el modelo de SAS (sociedad por acciones simplificada) ya que los socios aportaran el mismo capital, responden solo hasta el valor de sus aportes y recibirán los mismos dividendos; Se tuvo en cuenta para la elección de este tipo de sociedad los beneficios fiscales ofrecidos por el estado para las SAS como la no necesidad de revisor fiscal hasta ciertos límites de ventas, la amplitud del objeto social, entre otros. (Ley 1258 de 2008)

6.3.1.1 Misión

Ser una empresa que promueve en un espacio diferente el cine como fomento para la utilización del tiempo libre de la comunidad entrerriense amante del séptimo arte.

6.3.1.2 *Visión*

Ser una empresa líder en el mercado del entretenimiento cinematográfico ofreciendo un excelente servicio con tecnología de punta, comodidad e innovación.

6.3.1.3 *Valores Corporativos*

Estos valores corporativos guían la cultura organizacional de la empresa permitiendo así la correcta orientación y compromiso en nuestro futuro empresarial.

Innovación: Trabajar conjuntamente para ofrecer un servicio innovador mediante tecnología de punta. Sobresalimos por una misión diferente que deseamos mejorar con creatividad, compromiso y diferenciación.

Trabajo En Equipo: Gestionar e incentivar desde nuestros empleados hasta los clientes para promover la cultura, un ambiente ameno y la interactividad entre todas las partes.

Compromiso: con nuestros clientes, las culturas, el medio ambiente, el emprendimiento y la innovación.

6.3.2 Documentación necesaria para la operación de la empresa

El modelo de SAS, sociedad por acciones simplificada será establecida por medio de un contrato como documento privado y será delimitado en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio de Medellín, en este se incluirá los siguientes puntos:

1. Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
2. Razón social o denominación de la sociedad, con la terminación de sociedad por acciones simplificada; o de las letras S.A.S.
3. El domicilio principal de la sociedad.
4. El término de duración, si no se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad será por término indefinido.
5. Se deberá indicar de manera clara y completa de las actividades principales.

6. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.

7. La forma de administración, el nombre, documento de identidad y de facultades de sus administradores. Se debe indicar por lo menos un representante legal.

El documento de constitución debe ser autenticado directamente o a través de apoderado, de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio de Bogotá.

La constitución de la sociedad tiene como obligación realizarse de igual manera cuando los activos de la sociedad sean bienes cuya transferencia requiera escritura pública.

Para realizar el control al acto constitutivo, la Cámara de Comercio deberá comprobar la conformidad de las estipulaciones del acto constitutivo, de los actos de nombramiento y de cada una de las reformas con lo estipulado por la ley.

Finalmente, para probar la existencia de la sociedad por acciones simplificada, esta y las cláusulas estatutarias deberán ser aprobadas con certificación de la Cámara de Comercio, en donde conste no estar disuelta y liquidada la sociedad.

DISPONIBILIDAD DEL NOMBRE PARA SU EMPRESA Y/O ESTABLECIMIENTO

Se realizó la consulta y el nombre no se encuentra inscrito por esta razón se puede utilizar.

CONSULTA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA EMPRESA (CÓDIGO CIIU)

CIIU: (O921200) Exhibición de filmes y videocintas en cines y otros locales.

Consulta de uso del suelo.

6.2.3 Costos asociados con asuntos Legales

Tabla 10: Costos asociados como asuntos legales.

DOCUMENTO	COSTOS
Certificado de uso del suelo	22.981
Formulario de Registro Único Empresarial	0
Registro matrícula mercantil	23000
Registro Único Tributario	0
Registro Sanitario	2.900.000
Permiso Sayco y Acimpro	176.000

Fuente: Elaboración propia

7 ESTUDIO FINANCIERO

7.1 MATERIAS PRIMAS E INSUMOS

Tabla 11: Materias primas e insumos

MATERIAS PRIMAS E INSUMOS	
ALIMENTOS	
Mantequilla x 1 libra /500 gramos	\$ 8.000
Leche descremada x 1 libra	\$ 4.000
Queso mozzarella descremado x 1 libra	\$ 10.000
Pan francés napolitano 220 G	\$ 5.700
Café excelso 500 G	\$ 7.500
Leche pasteurizada GFA. X 1500 ML	\$ 4.700
Crema de leche x 1 libra	\$ 4.000
Lechuga 200 gramos	\$ 10.600
Limón Tahití 1000 G	\$ 3.000
Chocolate Amargo 250 G	\$ 3.700
Azúcar 1000 g	\$ 1.170
Milo x unidad 35 G	\$ 2.900
Milky way x unidad	\$ 1.100
Alfajores x unidad	\$ 1.200
Snikers x unidad	\$ 1.100
BEBIDAS	
Cervezas Importadas:	
170 Heineken / Barril 5 Lts / 5000 ML unidad de 5000ml	\$ 43.710

35 Budweiser / 500 ML	\$	1.300
13 Peroni/ 330 ml	\$	2.300
38 Erdinger/ 500 ML (lata)	\$	5.380
Cervezas Nacionales:		
Águila light x U	\$	1.100
Club Colombia x U	\$	1.300
Costeña x U	\$	1.170
Redd's x U	\$	1.180
Otras bebidas		
Gaseosa 250 ML	\$	1.200
Gaseosas 600 ML	\$	3.000
Otros artículos:		
Billeteras desde	\$	13.000
Afiches	\$	5.000
Agendas desde	\$	3.000
Llaveros desde	\$	6.350
Figuras desde	\$	25.000

Fuente: Elaboración propia

7.2 ACTIVOS FIJOS

Tabla 12: Activos fijos

1. Activos Fijos

Elemento	Valor Inicial	Vida útil	Factor Mant.	Depreciación	Mantenimiento
	(\$)	(años)	(%)	(\$/año)	(\$/año)
MUEBLES Y ENSERES	18.869.000	10	3,0%	1.886.900	566.070
EQUIPOS DE OFICINA	4.207.048	5	5,0%	841.410	210.352
MAQUINARIA Y EQUIPOS	37.753.800	10	10,0%	3.775.380	3.775.380

Total Activos Fijos (\$)	60.829.848			6.503.690	4.551.802
Proyecciones de Depreciaciones y Amortizaciones					
1.1 Depreciaciones y Amortizaciones de Producción					
Elemento	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
MUEBLES Y ENSERES	1.886.900	1.886.900	1.886.900	1.886.900	1.886.900
MAQUINARIA Y EQUIPOS	3.775.380	3.775.380	3.775.380	3.775.380	3.775.380
Depreciación Total Producción (\$)	5.662.280	5.662.280	5.662.280	5.662.280	5.662.280
1.2 Depreciaciones y Amortizaciones de Administración					
Elemento	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
EQUIPOS DE OFICINA	841.410	841.410	841.410	841.410	841.410
Depreciación Total Administración(\$)	841.410	841.410	841.410	841.410	841.410
Depreciación Total (\$)	6.503.690	6.503.690	6.503.690	6.503.690	6.503.690
Proyecciones de Mantenimiento					
1.3 Mantenimiento de Producción					
Elemento	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
MUEBLES Y ENSERES	566.070	566.070	566.070	566.070	566.070
MAQUINARIA Y EQUIPOS	3.775.380	3.775.380	3.775.380	3.775.380	3.775.380
Mantenimiento Total Producción (\$)	4.341.450	4.341.450	4.341.450	4.341.450	4.341.450
1.4 Mantenimiento de Administración					
Elemento	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
EQUIPOS DE OFICINA	210.352	210.352	210.352	210.352	210.352
Mantenimiento Total Administración(\$)	210.352	210.352	210.352	210.352	210.352
Mantenimiento Total (\$)	4.551.802	4.551.802	4.551.802	4.551.802	4.551.802

Fuente: Elaboración propia

7.3 INVERSIÓN

Tabla 13: Inversión

2. Presupuesto de Inversión			
Activo	Monto Total	Fuentes de Financiación	
		Cap. Propio	Crédito
1) Fijos:			
MUEBLES Y ENSERES	18.869.000		18.869.000
EQUIPOS DE OFICINA	4.207.048		4.207.048
MAQUINARIA Y EQUIPOS	37.753.800		37.753.800
2) Nominales	-		
3) Capital de trabajo	18.702.172	18.702.172	
Total Inversión (\$)	79.532.020	18.702.172	60.829.848
Se requiere una inversión de 79.532.020 donde un 76,49% será financiado con deuda y el 23,51 restante con capital propio.			

Fuente: Elaboración propia

7.4 CAPITAL DE TRABAJO

Tabla 14: Capital de trabajo

Déficit acumulado de caja (Meses)												
Elemento	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>6</u>	<u>7</u>	<u>8</u>	<u>9</u>	<u>10</u>	<u>11</u>	<u>12</u>
Ingresos	21.541.84 4	21.541.844	21.541.844	21.541.844	21.541.84 4	21.541.8 44						
Materias primas	9.170.026	9.170.026	9.170.026	9.170.026	9.170.026	9.170.026	9.170.026	9.170.026	9.170.026	9.170.026	9.170.026	9.170.02 6
Nomina	8.182.146	8.182.146	8.182.146	8.182.146	8.182.146	8.182.146	8.182.146	8.182.146	8.182.146	8.182.146	8.182.146	8.182.14 6
Servicios públicos	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000
Arriendo	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.00 0
Interés												
Amortización deuda												
Egresos en efectivo	18.702.17 2	18.702.172	18.702.172	18.702.172	18.702.17 2	18.702.1 72						
Flujo de Caja	2.839.672	2.839.672	2.839.672	2.839.672	2.839.672	2.839.672	2.839.672	2.839.672	2.839.672	2.839.672	2.839.672	2.839.67 2
Déficit acumulado	2.839.672	5.679.344	8.519.016	11.358.68 8	14.198.36 0	17.038.03 1	19.877.70 3	22.717.375	25.557.047	28.396.719	31.236.39 1	34.076.0 63

Fuente: Elaboración propia

7.5 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Tabla 15: Costos de producción

4. Proyección de Costos de Producción						
Elemento	Tipo de costo	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
Materias primas	Variable	110.040.313	117.626.645	124.922.488	132.492.829	140.363.988
Nómina de Producción	Fijo	63.170.795	65.527.065	67.558.404	69.612.180	71.700.545
Arriendo	Fijo	12.141.000	12.593.859	12.984.269	13.378.991	13.780.360
Servicios públicos	Fijo	4.249.350	4.407.851	4.544.494	4.682.647	4.823.126
Mantenimiento	Fijo	4.341.450	4.341.450	4.341.450	4.341.450	4.341.450
Depreciación	Fijo	5.662.280	5.662.280	5.662.280	5.662.280	5.662.280
Otros costos						
Total Costos Producción (\$)		199.605.187	210.159.151	220.013.385	230.170.376	240.671.750
Total Costo Variable		110.040.313	117.626.645	124.922.488	132.492.829	140.363.988
Total costo fijo		89.564.875	92.532.505	95.090.897	97.677.547	100.307.762
		<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
Inflación		6,5%	3,7%	3,1%	3,0%	3,0%

Fuente: Grupo Bancolombia (GB), DANE, Ban Rep. py: proyectado

Fuente: Elaboración propia

7.7 NÓMINA

Tabla 17: Nómina

Nombre del empleado	DEVENGADO					DEDUCCIONES			
	Sueldo básico	Auxilio de transporte	Días trabajados	Horas Extras	Comisiones	Total devengado	Aportes Salud	Aportes pensión	Total deducciones
	689.455	77.700					4%	4%	8%
Meseros 1	689.455	77.700	360			9.205.860	330.938	330.938	661.877
Meseros 2	689.455	77.700	360			9.205.860	330.938	330.938	661.877
Proyectista	689.455	77.700	360			9.205.860	330.938	330.938	661.877
Vendedor	689.455	77.700	360			9.205.860	330.938	330.938	661.877
Técnico culinario	400.000	77.700	360			5.732.400	192.000	192.000	384.000
Administrador	800.000	77.700	360			10.532.400	384.000	384.000	768.000
Gerente general	1.000.000	77.700	360			12.932.400	480.000	480.000	960.000
TOTAL	4.957.820	543.900		0	0	66.020.640	2.379.754	2.379.754	4.759.507

NETO PAGADO	Prestaciones Sociales				Aportes Seguridad Social		
	Cesantías	Prima	Inter. cesantías	Overoles y zapatos	Vacaciones	Pensión	Riesgos prof.
	8,33%	8,33%	12%		4,17%	12,0%	0,52%
8.543.983	767.155	767.155	92.059	306.000	344.728	992.815	43.187
8.543.983	767.155	767.155	92.059	306.000	344.728	992.815	43.187
8.543.983	767.155	767.155	92.059	306.000	344.728	992.815	43.187
8.543.983	767.155	767.155	92.059	306.000	344.728	992.815	43.187
5.348.400	477.700	477.700	57.324	177.532	200.000	576.000	25.056
9.764.400	877.700	877.700	105.324	355.063	400.000	1.152.000	50.112
11.972.400	1.077.700	1.077.700	129.324	443.829	500.000	1.440.000	62.640
61.261.133	5.501.720	5.501.720	660.206	2.200.423	2.478.910	7.139.261	310.558

Aportes Parafiscales	TOTAL	TOTAL GASTO
Caja Compen.	APROPIACIONES	PERSONAL
4%	40%	140%
330.938	3.644.037	12.849.897
192.000	2.183.312	7.915.712
384.000	4.201.899	14.734.299
480.000	5.211.193	18.143.593
2.379.754	26.172.552	92.193.192

Nómina de Producción					
ELEMENTO	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
Meseros 1	13.685.140	14.195.596	14.635.660	15.080.584	15.533.001
Meseros 2	13.685.140	14.195.596	14.635.660	15.080.584	15.533.001
Proyectista	13.685.140	14.195.596	14.635.660	15.080.584	15.533.001
Vendedor	13.685.140	14.195.596	14.635.660	15.080.584	15.533.001
Técnico culinario	8.430.233	8.744.680	9.015.766	9.289.845	9.568.540
TOTAL PRODUCCION (\$)	63.170.795	65.527.065	67.558.404	69.612.180	71.700.545
7.2 Nomina Administrativa					
ELEMENTO	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
Administrador	15.692.028	16.277.341	16.781.939	17.292.110	17.810.873
Gerente general	19.322.926	20.043.672	20.665.025	21.293.242	21.932.039
TOTAL ADMINISTRATIVO (\$)	35.014.955	36.321.013	37.446.964	38.585.352	39.742.912
TOTAL GASTO DE PERSONAL (\$)	98.185.750	101.848.078	105.005.368	108.197.532	111.443.458

	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
Inflación	6,5%	3,7%	3,1%	3,0%	3,0%

Fuente: Grupo Bancolombia (GB), DANE, Ban Rep. Py: proyectado

7.8 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Tabla 18: Gastos Administrativos

Proyección de Gastos Administrativos					
Elemento	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
Servicios públicos	223.650	231.992	239.184	246.455	253.849
Nomina Administrativa	35.014.955	36.321.013	37.446.964	38.585.352	39.742.912
Arriendo	639.000	662.835	683.383	704.157	725.282
Depreciación	841.410	841.410	841.410	841.410	841.410
Mantenimiento	210.352	210.352	210.352	210.352	210.352
Otros Gastos					
Total Gastos (\$)	36.929.367	38.267.602	39.421.293	40.587.726	41.773.805
	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
Inflación	6,5%	3,7%	3,1%	3,0%	3,0%

Fuente: Grupo Bancolombia (GB), DANE, BanRep. py: proyectado

7.9 PROYECCIÓN DE SERVICIO A LA DEUDA

Tabla 19: Proyección de servicio a la deuda

8. Proyección de Servicio a la deuda								
Año	-	1	2	3	4	5	6	
Saldo Inicial	60.829.848							
Pago		20.857.868	20.857.868	20.857.868	20.857.868			
Amortización		11.704.816	13.783.006	16.230.179	19.111.847			
Intereses		9.153.052	7.074.862	4.627.689	1.746.021			
Saldo Final	60.829.848	49.125.032	35.342.026	19.111.847	-			
Periodo de Gracia	0							
Plazo	48							
Tasa Efectiva anual	17,76%							
DTF	7,05%							
Spread	10%							
Tasa Efectiva Mensual	1,37%							
Se requiere un crédito de 60,829,848 la cual será financiada con deuda por parte de una entidad financiera que nos ofrece un crédito de libre inversión a una tasa e.a de 17,76% y se proyecta saldar el total de la deuda en el año 4								

Fuente: Elaboración propia

7.10 FLUJO DE CAJA

Tabla 20: Flujo de caja

	0	1	2	3	4	5
+ EBITDA		28.471.261	35.797.772	43.272.647	51.127.420	59.380.238
- Impuestos / EBIT		7.468.974	9.959.988	12.501.446	15.172.068	17.978.026
Flujo de Caja Bruto	0	21.002.286	25.837.784	30.771.202	35.955.352	41.402.212
- Capital de trabajo	18.702.172					
EGO	-18.702.172	21.002.286	25.837.784	30.771.202	35.955.352	41.402.212
- Inversión Activos	60.829.848					
Free Cash Flow	-79.532.020	21.002.286	25.837.784	30.771.202	35.955.352	41.402.212
Valor de Continuidad						
FCL año 5	41.402.212					
Crecimiento	3,00%					
WACC	16%					
FCL n + 1	42.644.278					
Perpetuidad	321.175.287					
Tasa libre de riesgo	5,16%					
Beta des apalancado	0,89	Cable TV				
Beta apalancado	2,80					

Prima de mercado	8,66%					
(=) Costo de Patrimonio (Nominal en USD)	29,41%					
Inflación COP	6,50%					
Inflación USD	0,70%					
Devaluación	5,76%					
(=) Costo de Patrimonio (Nominal en COP)	31,11%					
FUENTE: DAMODARAN ON LINE - http://people.stern.nyu.edu/adamodar/New_Home_Page/datacurrent.html#discrate						
Ke	31,1%					
Kd	17,8%					
WACC	16,3%					
				TIR_Proyecto		54,9%
Deuda	76,5%			VPN		167.459.387
Equity	23,5%					
Proyección Flujo de Caja	0	1	2	3	4	5
Free Cash Flow	-79.532.020	21.002.286	25.837.784	30.771.202	35.955.352	362.577.498
+ Deuda	60.829.848					
- Intereses		9.153.052	7.074.862	4.627.689	1.746.021	
- Amortización		11.704.816	13.783.006	16.230.179	19.111.847	
+ Escudo Fiscal		3.112.038	2.405.453	1.573.414	593.647	
Equity Cash Flow	-18.702.172	3.256.456	7.385.369	11.486.748	15.691.131	362.577.498
	0	1	2	3	4	5
Free Cash Flow	-79.532.020	21.002.286	25.837.784	30.771.202	35.955.352	362.577.498

Equity Cash Flow	-18.702.172	3.256.456	7.385.369	11.486.748	15.691.131	362.577.498
CCF	-79.532.020	24.114.324	28.243.237	32.344.616	36.548.999	362.577.498
ECF	-18.702.172	3.256.456	7.385.369	11.486.748	15.691.131	362.577.498
FCD	-60.829.848	20.857.868	20.857.868	20.857.868	20.857.868	0
TOTAL	0	0	0	0	0	0
<i>Prueba</i>						

Fuente: Elaboración propia

7.11 FLUJO DE TESORERÍA

Tabla 21: flujo de tesorería

10. Flujo de Tesorería

Flujo de Tesorería	1	2	3	4	5
Ingresos de caja					
+ Ventas de contado	258.502.125	277.720.835	296.203.635	315.381.833	335.322.104
= Ingresos totales	258.502.125	277.720.835	296.203.635	315.381.833	335.322.104
Egresos					
+ Pago total de compras	110.040.313	117.626.645	124.922.488	132.492.829	140.363.988
+ Pago de nomina	98.185.750	101.848.078	105.005.368	108.197.532	111.443.458
+ Arriendo	12.780.000	13.256.694	13.667.652	14.083.148	14.505.643
+ Servicios públicos	4.473.000	4.639.843	4.783.678	4.929.102	5.076.975
+ Mantenimiento	4.551.802	4.551.802	4.551.802	4.551.802	4.551.802
+ Pago de impuestos		7.554.535	10.928.031	14.578.421	17.978.026

	4.356.936				
= Egresos totales	234.387.801	249.477.598	263.859.019	278.832.834	293.919.892
= EFECTIVO GENERADO POR LAS OPERACIONES (EGO)	24.114.324	28.243.237	32.344.616	36.548.999	41.402.212
Actividades de inversión					
+/- Cambios en el AF	0	0	0	0	0
= EFECTIVO GENERADO POR LAS INVERSIONES	0	0	0	0	0
Actividades de financiación					
+ Deuda Nueva					
- Intereses	9153052	7074862	4627689	1746021	0
- Abono a Capital	11704816	13783006	16230179	19111847	0
= EFECTIVO GENERADO POR EL FINANCIAMIENTO	-20857868	-20857868	-20857868	-20857868	0
Actividades con los accionistas					
+ Aporte capital social	0	0	0	0	0
- Pago de dividendos					
= EFECTIVO GENERADO POR LOS ACCIONISTAS	0	0	0	0	0
= FLUJO DE EFECTIVO NETO	3.256.456	7.385.369	11.486.748	15.691.131	41.402.212
+ Efectivo Inicial	18.702.172	21.958.628	29.343.997	40.830.745	56.521.875
= EFECTIVO DISPONIBLE	21.958.628	29.343.997	40.830.745	56.521.875	97.924.087

Fuente: Elaboración propia

7.12 ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

Tabla 22: Estado de pérdidas y ganancias

11. Estado de Perdida y ganancia							
Indicador	Estado de Resultados	1	2	3	4	5	
PRECIO (€) MWh	+ Ingresos	258.502.125	277.720.835	296.203.635	315.381.833	335.322.104	
CRECIMIENTO IPC	- CMV	199.605.187	210.159.151	220.013.385	230.170.376	240.671.750	
	Utilidad Bruta	58.896.938	67.561.684	76.190.250	85.211.457	94.650.354	
IPC	- Gastos Adm	36.929.367	38.267.602	39.421.293	40.587.726	41.773.805	
	Utilidad Operacional	21.967.571	29.294.083	36.768.958	44.623.731	52.876.549	
	- Gasto Financiero	9.153.052	7.074.862	4.627.689	1.746.021	-	
	Utilidad Antes Impuestos	12.814.519	22.219.220	32.141.268	42.877.710	52.876.549	
Imporenta	- Impuestos	4.356.936	7.554.535	10.928.031	14.578.421	17.978.026	
	Utilidad Neta	8.457.582	14.664.685	21.213.237	28.299.288	34.898.522	

En cuanto al estado de Pérdidas y Ganancias se evidencia un aumento progresivo en la utilidad neta, lo cual demuestra que es rentable y atractivo este tipo de negocio.

Fuente: elaboración propia

7.13 BALANCE GENERAL

Tabla 23: Balance general

BALANCE GENERAL	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS						
Efectivo	18.702.172	21.958.628	29.343.997	40.830.745	56.521.875	97.924.087
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	18.702.172	21.958.628	29.343.997	40.830.745	56.521.875	97.924.087
ACTIVOS FIJOS						
Maquinaria y equipo	60.829.848	60.829.848	60.829.848	60.829.848	60.829.848	60.829.848
Depreciación Acumulada	-	(6.503.690)	(13.007.379)	(19.511.069)	(26.014.758)	(32.518.448)
TOTAL ACTIVOS FIJOS	60.829.848	54.326.158	47.822.469	41.318.779	34.815.090	28.311.400
TOTAL ACTIVOS	79.532.020	76.284.786	77.166.466	82.149.524	91.336.965	126.235.487
PASIVOS						
Obligaciones financieras Largo plazo	60.829.848	49.125.032	35.342.026	19.111.847	-	-
TOTAL PASIVOS	60.829.848	49.125.032	35.342.026	19.111.847	-	-
PATRIMONIO						
Capital Social	18.702.172	18.702.172	18.702.172	18.702.172	18.702.172	18.702.172
Resultados de ejercicio anteriores			8.457.582	23.122.268	44.335.505	72.634.793
Resultados del ejercicio						

		8.457.582	14.664.685	21.213.237	28.299.288	34.898.522
TOTAL PATRIMONIO	18.702.172	27.159.754	41.824.440	63.037.677	91.336.965	126.235.487
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	79.532.020	76.284.786	77.166.466	82.149.524	91.336.965	126.235.487
		-	-	-	-	-
Check						
El balance general arroja resultados positivos y crecientes año tras año.						

Fuente: Elaboración propia

7.14 CONCLUSIONES A LOS ESTADOS FINANCIEROS

- Una vez elaborados los estados financieros del Cinema A&L, se concluye lo siguiente:
- Los estudios preliminares determinan que la situación actual del mercado es propicia para la puesta en marcha de este tipo de negocio, lo cual asegura una buena rentabilidad.
- La demanda para este tipo de mercado ha experimentado un continuo crecimiento durante los últimos años, con lo cual la principal estrategia de posicionamiento será: excelente calidad de servicio con precios asequibles y competitivos.
- El estudio también demuestra que la operación del prototipo implementado es rentable y que los rubros de las ventas y utilidad son atractivos.
- Considerando que el objetivo de este plan de negocio es comprobar la rentabilidad del Cinema A&L se evidencia que los estados financieros arrojan resultados positivos, demostrando con ello que si se logran alcanzar los niveles de ventas se pueden generar un buen margen de rentabilidad.; es decir, queda demostrado que el proyecto en su funcionamiento es viable y atractivo con una utilidad acertada.
- Con un manejo de mercado y administrativo eficiente la implementación del sistema facilitará el acceso a la cultura para toda la población, y las diferentes actividades de la empresa crearán fuentes directas de trabajo.

8 Referencias

- Alney, V., & Marquez, F. (25 de 10 de 2014). *Marketing 2.0*. Obtenido de <http://mkt2punto0.blogspot.com.co/2014/10/la-investigacion-de-mercado-y-la-matriz.html>
- Banco de la República. (2015). *Banco de la República actividad cultural*. Obtenido de Biblioteca Virtual Luis Angel Arango: http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/sectores_economicos
- Colombia.com. (2016). *Festival internacional de cine en Cartagena*. Obtenido de <http://www.colombia.com/turismo/ferias-y-fiestas/festival-internacional-de-cine-de-cartagena/>
- DANE;. (2010). Estudio de consumo cultural del año 2010 - 2011. *Estudio de consumo cultural*. Bogotá.
- Entrerrios.gov.co. (s.f.). *www.entrerrios.gov.vo*. Obtenido de 2016: www.entrerrios.gov.vo
- Fedesarrollo. (2011). *Cine en Cifras*. Obtenido de Proimagenes Colombia: http://proimagenescolombia.com/page_2011/secciones/cine_colombiano/estadisticas/cine_en_cifras/informe_especial_esp/informe-especial.html
- Fedesarrollo. (2015). Boletín sobre el desarrollo cinematográfico en Colombia. *Boletín sobre el desarrollo cinematográfico en Colombia*.
- Nullvalue. (2000). El placer del cine en los bares. *El tiempo*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1261193>
- Zuleta Jaramillo, R. (2003). *Fedesarrollo*. Obtenido de Impacto del sector fonográfico sobre la economía colombiana: situación actual y perspectivas: www.fedesarrollo.gov.co/cinecolombia