

PLAN DE NEGOCIO INKAFE BAR SAN LUIS ANTIOQUIA

NATALIA DUQUE GIRALDO

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS EMPRESARIALES Y DE MERCADEO
ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y DE MERCADEO
MEDELLÍN
2016

Plan de Negocio Inkafe Bar, San Luis -Antioquia

Natalia Duque Giraldo

Plan de negocio presentado como requisito para optar al título de:
Administración comercial y de mercadeo

Asesora Temática:
María Alejandra Lujan Jaramillo
MBA Dirección Financiera

Institución Universitaria Esumer
Facultad De Estudios Empresariales Y De Mercadeo
Administración Comercial y De Mercadeo
Medellín
2016

DEDICATORIA

A mi hija Valentina quien ha sido la fuente de inspiración para crear un mundo mejor para los dos, A mi familia y mi compañero de vida quienes siempre están dispuestos a apoyarme en las decisiones que emprendo.

AGRADECIMIENTOS

Este plan de negocio condensa años de conocimientos adquiridos en la academia, y en el ámbito laboral. Por lo cual he recibido aportes de gran cantidad de amigos, maestros, y colegas.

Deseo agradecer especialmente las contribuciones y comentarios de motivación de mis compañeros de oficina de Encumbra Bello, mi hija Valentina quien siempre creyó en la idea de emprender, mi compañero de vida Andrés Felipe Acevedo quien incondicionalmente me apoya en todas mis decisiones, mi hermana Diana María Duque y mis padres, que han sido parte de este proceso de emprendimiento, y en el desarrollo de este.

Tabla de Contenido

Resumen del Proyecto	12
Nombre del proyecto	13
Información de los participantes	14
Resumen Ejecutivo del Proyecto	14
Información General del Sector	15
Composición del sector	15
Situación histórica del sector	15
Situación actual del sector	19
Perspectivas del sector	20
Información General del Negocio	26
Propósito del Plan de Negocios	26
Información General de la Futura Empresa (o la Empresa en Funcionamiento)	26
Historia y antecedentes del Proyecto y/o la Empresa	26
Misión de la futura Empresa	27
Describe los objetivos a corto, mediano y largo plazo	27
Relación de los Bienes o Servicios	28
Ventaja Competitiva del Negocio	28
Justificación del Negocio	28
Sector y actividad al que pertenece y se dedicara la Empresa	29
Localización Geográfica de la Empresa	29
Análisis del Mercado	30
Descripción del producto o servicio	30
Usos.....	31
Usuarios.	31
Presentación.	31

Composición.	31
Características físicas.	32
Sustitutos.	32
Complementarios.	32
Demanda	32
Comportamiento histórico.	35
Situación actual: distribución geográfica del mercado de consumo actual, temporalidad (estacionalidad), políticas gubernamentales.	36
Situación futura: características de los usuarios potenciales, distribución geográfica del mercado de consumo potencial y objetivo, proyección de la demanda, tabulación de datos de fuentes primarias.	49
Oferta	51
Comportamiento histórico.	51
Situación actual: mercado del competidor, plantas nacionales, existentes, análisis de capacidad ociosa, calidades, producción interna, tasas de crecimiento.	52
Situación futura: mercado del competidor, perspectivas sobre plantas, nuevas nacionales, proyección de la oferta (programa de producción).	58
Precio	59
Análisis histórico y actual de precios.	59
Elasticidad- precio demanda y elasticidad-precio oferta.	60
Determinación de las principales variables para la definición del precio.”	60
Proyección de precios.	62
Estrategia Comercial	62
Canales de comercialización y distribución del producto.	62
Descripción de los canales de distribución. Local comercial:	62
Ventajas y desventajas de los canales empleados.	63
Almacenamiento.	64
Transporte: Descripción operativa de la trayectoria de comercialización Inkafe.	65
Transporte: Descripción operativa de la trayectoria de comercialización de la competencia.	65

Publicidad y Promoción.....	65
Conclusión General del análisis de mercados.....	66
Plan de Mercadeo.....	68
Análisis de la Producción (Aspectos Técnicos)	69
Producción	69
Descripción técnica del producto o servicio.....	69
Identificación y selección del proceso de producción.....	70
Inversiones en maquinaria y equipo.....	71
Descripción de materia prima, insumos y materiales.....	71
Requerimientos de mano de obra (perfiles y funciones).....	72
Distribución espacial y requerimientos de áreas de trabajo.....	74
Localización	75
Factores de Localización.....	75
Métodos de evaluación.....	75
Macro localización.....	76
Micro localización.....	76
Capacidad de Producción.....	76
Factores para la definición del Tamaño óptimo (mercado, tecnología, localización, inversiones, otros).....	76
Metodología para la definición del tamaño.....	77
Capacidad de producción óptima.....	77
Plan de Producción	77
Análisis Organizacional y Legal	78
Procesos Administrativos	78
Procesos de selección, reclutamiento y manejo de personal.....	78
Procesos Financieros (contabilidad, pedidos y facturación, otros).....	79
Procesos de Logística (almacenamiento, transporte, manejo de inventarios y otros).....	79
Procesos Propios y Externos.....	80
Estructura Organizacional (organigrama).....	81
Requerimientos de Personal (perfiles y funciones).....	82

Requerimientos de materiales.....	87
Requerimientos de tecnología.....	87
Requerimientos locativos e infraestructura.....	88
Aspectos Legales.....	89
Tipo de organización empresarial.....	89
Documentación necesaria para la operación de la empresa.....	89
Costos asociados con asuntos legales.	90
Análisis Financiero.....	90
Estructura Financiera del Proyecto	90
Recursos Propios	91
Créditos y Préstamos Bancarios	91
Calendario de Ingresos del Proyecto.....	91
Inversiones del Proyecto	92
Inversiones en Activos Fijos.....	92
Inversiones en Gastos Pre-operativos.....	93
Inversiones en Capital de Trabajo.	94
Calendario de inversiones.....	94
Costos y Gastos.....	94
Costos variables.....	94
Costos fijos.....	95
Gastos Administrativos y Legales.....	95
Gastos de ventas.....	96
Gastos de distribución:	96
Gastos financieros.....	97
Calendario de Costos y Gastos del Proyecto.....	97
Flujo de Caja: El flujo de caja del proyecto se muestra en la tabla 24.....	98
Estados Financieros proyectados	99
Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado.....	99
Balance General proyectado.....	100
Evaluación del Proyecto	101

Costo del Capital (Tasa de Descuento)	101
Evaluación Financiera	101
Valor Presente Neto.	101
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	102
Índices Financieros.	102
Análisis de sensibilidad y riesgo.....	103
Consideraciones sobre la Evaluación Financiera.	103
Punto de Equilibrio	104
Consideraciones Ambientales.	105
Consideraciones finales del proyecto y recomendaciones	110
Fuentes de Información	111

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Logotipo Inkafe, proyecto de negocio	13
Ilustración 2. Datos del sector gastronómico (restaurantes y bares) en Colombia..	17
Ilustración 3. Ubicación geográfica del proyecto	30
Ilustración 4 fotografía de mercado competidor "Melaos"	52
Ilustración 5 fotografía de mercado competidos "Bacco"	53
Ilustración 6 fotografía de mercado competidor " rodrigovsky"	54
Ilustración 7. Fotografía mercado competidor "los álamos"	55
Ilustración 8 fotografía mercado competidor "Donde Ruber"	56
Ilustración 9. Fotografía del mercado competidor "la esquina del sabor"	57
Ilustración 10 fotografía mercado del competidor " comidas rápidas"	58
Ilustración 11. Fotografías distribución del local	62
Ilustración 12.diseño de volante promocional	66
Ilustración 13. Análisis del mercado.....	67
Ilustración 14 fotografía de bebida café Opera.....	69
Ilustración 15. Proceso logístico Inkafe.....	80
Ilustración 16. Estructura organizacional Inkafe	81

Listas de Tablas

Tabla 1. Variación Anual Del Personal Ocupado, Ventas O Ingresos Nominales Por Sector Económico.....	18
Tabla 2. PIB Según Composición.....	21
Tabla 3. Proporción De La Población Por Ciclo Vital, Municipio De San Luis 2005,2013 Y 2020.....	35
Tabla 4. Lugares De Preferencia Para Fechas Especiales.	48
Tabla 5. Relación De Precios Según Producto De Los Principales Negocios Existentes En San Luis.....	59
En La Tabla 6 Se Presenta El Plan De Mercadeo Para El Negocio Según El Estudio De Mercado Realizado.	
Tabla 6. Plan De Mercadeo Inkafe Bar	68
Tabla 7. Relación Inversiones Requeridas En Maquinaria Y Equipo	71
Tabla 8. Formato Registro Contabilidad.....	79
Tabla 9. Descripción Procesos Internos Y Externos	81
Tabla 10. Relación Materiales Requeridos	87
Tabla 11. Relación Requerimientos Tecnológicos Inkafe.....	88
Tabla 12. Relación Requerimientos Locativos E Infraestructura Inkafe.....	89
Tabla 13. Costos Legales Constitución Inkafe Bar	90
Tabla 14. Calendario Ingresos Inkafe Bar	92
Tabla 15. Inversiones Requeridas En Activos Fijos	92
Tabla 16. Inversiones Gastos Pre-Operativos.....	93
Tabla 17. Capital De Trabajo Requerido Por Año.....	94
Tabla 18. Costos Variables	95
Tabla 19 Costos Fijos.....	95
Tabla 20. Gastos Administrativos Y Legales.	96
Tabla 21 Gastos De Ventas.....	96
Tabla 22.Gastos Financieros -Plan De Amortización Crédito-	97
Tabla 23 Calendario De Costos Y Gastos Del Proyecto.	98
Tabla 24. Flujo De Caja Del Proyecto	98
Tabla 25 Estado De Pérdidas Y Ganancias Projectados.....	99
Tabla 26 Balance General Projectado.....	100
Tabla 27 Costo Del Capital (Tasa De Descuento).....	101
Tabla 28 Indicadores Financieros.	102
Tabla 29 Sensibilidad Y Riesgo Del Proyecto.....	103
Tabla 30.Punto De Equilibrio	104
Tabla 31 Consideraciones Ambientales Con El Agua.....	107
Tabla 32 Consideraciones Ambientales Con La Energía	108
Tabla 33 Consideraciones Ambientales Con Manejo De Residuos Solidos	109

Lista de Gráficos

Gráfico 1. Variación porcentual del PIB, sector alimentos y bebidas 2011-2014 ..	16
Gráfico 2. Población San Luis según edad y género	34
Gráfico 3. Edad en que se encuentra los encuestados.	42
Gráfico 4 Porcentaje de población que vive en San Luis o Frecuencia de visita..	43
Gráfico 5 lugares que frecuentan en San Luis.	44
gráfico 6 Preferencia en tipo de comida	44
gráfico 7 inversión persona por plato	45
Gráfico 8 Tipo de bebidas preferidas.....	46
Gráfico 9. preferencia en tipo de música	47
Gráfico 10 Variables más importantes para elegir un lugar en el municipio de San Luis.....	48
Gráfico 11. Pirámide poblacional según género años 2005, 2013, 2020	50
Gráfico 12. Distribución según espacio Inkafe.....	74

INTRODUCCIÓN

Es importante para la creación de algún proyecto de emprendimiento poder contar con un plan de negocio que pueda analizar de manera global todos los aspectos que pueden influir positiva o negativamente en el desarrollo de este.

Con este plan de negocio para una idea emprendedora de un Café Bar llamado Inkafé en el municipio de San Luis Antioquia se busca analizar todos las variables como lo es el sector al que pertenece, que influencia tiene este sobre el futuro proyecto, que capacidad tiene el proyecto para satisfacer las necesidades de la demanda . Estudiar de fondo la oferta, como está la competencia frente al proyecto que se desea emprender, cuales son los competidores más fuertes y que afectan su desarrollo, El estudio de precios y productos sustitutos.

Evaluar la ubicación del negocio, el impacto social, ambiental y la viabilidad financiera es unos de los puntos más importantes de este plan.

Resumen del Proyecto

Nombre del proyecto

En la Ilustración 1 se presenta la propuesta diseñada del logotipo para el proyecto objeto de estudio.

Ilustración 1. Logotipo Inkafe, proyecto de negocio



Fuente: elaboración propia.

Inkafe bar- restaurante, su nombre contempla la palabra Inka: de origen aymara la cual significa principio vital, fuente y origen de la felicidad, , “los especialistas rituales aymaras desempeñan en la actualidad funciones básicas, en el sostén de la vida comunitaria atendiendo las necesidades de los individuos y sus poblaciones” (Juaréz, 2004). Se buscaba la manera de fusionar la palabra café con algo que tuviera un significado de tranquilidad y felicidad, con esta

identidad se espera desde su nombre tener una armonía con el concepto del lugar, propiciando un espacio que inspire tranquilidad.

Información de los participantes

Natalia Duque Giraldo aspirante al título profesional de administración comercial y de mercadeo, noveno semestre, en la institución universitaria ESUMER, actualmente labora en Encumbra microfinanzas hace 2 años, en el municipio de Bello otorgando crédito a microempresarios de estratos 1, 2, y 3. Nació en San Luis Antioquia, donde actualmente viven sus padres y donde se espera desarrollar el proyecto.

Resumen Ejecutivo del Proyecto

Este plan de negocio tiene como objetivo presentar un modelo de negocio diferente a los que hoy existen en el municipio de San Luis, en busca de satisfacer el deseo de un espacio especial que haga un momento confortable, con las personas queridas o simplemente encontrar en un lugar, un momento de tranquilidad dentro del municipio.

San Luis ha sido golpeado por el flagelo de la guerra, pero hoy tiene una proyección positiva gracias al retorno de muchas personas que han creído nuevamente en el municipio, hay nuevas propuestas de comercio, supermercados, almacenes, restaurantes, La visita de muchos turistas al municipio genera nuevas oportunidades de negocio para los habitantes, la proyección de la empresa Celsia, con el proyecto porvenir II genera más empleo y proyectos de vivienda de personas no oriundas del municipio. Se ve una gran oportunidad de apertura en este municipio un nuevo negocio que permita ofrecer un lugar confortable y tranquilo para el disfrute de las personas del municipio y los turistas.

Información General del Sector

Composición del sector

Inkafe pertenece al sector de alimentos y bebidas, el cual está conformado por todos los establecimientos de comercio como restaurantes, bares, cafeterías, hotelería, regulada por la superintendencia de sociedades.

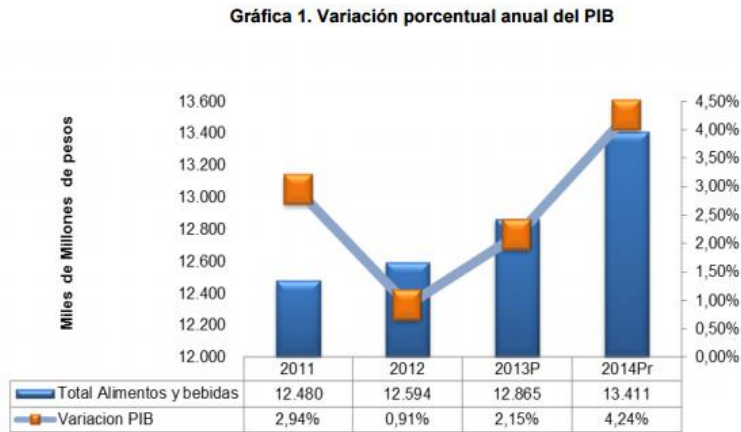
Situación histórica del sector

De acuerdo con la revista portafolio, refiere que el sector de comercio y bebidas ha crecido los últimos 10 años, los hábitos de consumo de las personas han permitido que el sector crezca, ya que las prácticas de comer fuera de casa, la falta de tiempo, y el acelerado ritmo de vida han llevado a los consumidores a mantener un rubro importante en la alimentación fuera de casa, dentro de sus gastos mensuales.

Según la revista portafolio en el 2007 Dentro de los gastos destinados para comer fuera de casa en los años 80 representaban un 14,4 % para el 2007 ya representaba en un 35,7% y cada año va creciendo debido a estos cambios culturales. (Gómez G., 2011).

Es así como el sector de alimentos y bebidas crece y una muestra de ello es el informe realizado por la superintendencia de sociedades sobre el desempeño del sector de bebidas y alimentos de 2012-2014 el cual da a conocer un análisis financiero de los años 2012, 2013 y 2014 (Gráfico 1).

Gráfico 1. Variación porcentual del PIB, sector alimentos y bebidas 2011-2014



Fuente: DANE. EL PIB de alimentos y bebidas eta reportado en precios constantes y serie desestacionalizada .Pr Cifras preliminares; P: cifras provisionales

El PIB en esos años registra un crecimiento promedio de 2.4%.

En la ilustracion 2. Datos del sector gastronomico (restaurante y bares) en Colombia, se puede evidenciar de igual forma que este gremio va en crecimiento. Algunos expertos hablan al respecto con cifras.

Ilustración 2. Datos del sector gastronómico (restaurantes y bares) en Colombia



Fuente: (Garzón Ortegón, 2015).

La Asociación Colombia de la Industria Gastronómica, Acodres, refiere que “*los sectores de restaurantes y bares han crecido de una manera importante, al 2015, se reportan más de 90.000 restaurantes en Colombia, que para el año 2015 registraban ventas por más de 30,7 billones de pesos*” (Garzón Ortegón, 2015) (Ilustración 2).

“*Ese crecimiento porcentualmente se considera un 22%, para el área andina mientras en el caribe se estimaba un crecimiento del 40%. Para el 2015 el DANE reporta un crecimiento del PIB 2.8% en el sector comercio restaurante y hoteles, hay un crecimiento para el primer trimestre del 2015 del 5% respecto al mismo trimestre del año anterior. Aportando un 12,1 % en la producción nacional, representado en un 0,3% adicional. Siendo este el reporte más favorable para los últimos trimestres*” (Dinero.com, 2015).

Según la revista La Barra un informe presentado en el 2011, refiere que "Por otra parte hay una creciente ofertas de tiendas de café, hay ya más de 300 puntos de ventas entre establecimiento de café y barras de café, el cual activa también el sector cafetero pasando por todo su proceso desde los caficultores, tostion, baristas y los empresarios, se presentan con proyectos de bebidas novedosas acompañadas de pequeña repostería hasta platos más elaborados." (Revista La Barra, 2012).

De acuerdo con el Boletín Técnico de Microestablecimientos – panel de firmas de 2015 realizando las encuesta por el DANE se registra que: hay una evolución en los resultados de 2014 al 2015. Fueron encuestados 33.785 microestablecimientos de las ciudades principales y se evidencia que las ventas nominales de los microestablecimientos de comercio aumentaron un 5,4 % con relación al año 2014, servicios un 7.6% e industria 6.6% (DANE, 2016). En la Tabla 1 se observan los datos anteriormente descritos.

Tabla 1. Variación anual del personal ocupado, ventas o ingresos nominales por sector económico

**24 ciudades principales y sus áreas metropolitanas
12 meses (septiembre- octubre)**

VARIABLES PRINCIPALES	SECTOR ECONOMICO	VARIACION 12 MESES OCTUBRE 2014 - SEPTIEMBRE 2015	CONTRIBUCION A LA VARIACION
Variación anual de Ventas o Ingresos nominales	TOTAL	6,0	6,0
	Comercio	5,4	3,8
	Servicios	7,6	1,6
	Industria	6,6	0,6
Personal Ocupado	TOTAL	0,7	0,7
	Comercio	0,4	0,2
	Servicios	1,1	0,3
	Industria	1,4	0,2

Fuente: (DANE, 2016).

Situación actual del sector

Según el reporte de la ANDI Balance 2015 y Perspectivas del 2016,” durante el 2015, la economía colombiana creció, liderando los sectores de café, comercio, financiero y obras públicas. Por el contrario otros sectores como el carbón y la industria tuvieron reportes negativos y estancamientos para este año, adicional a esto el consumo de los hogares, influyo mucho en esos resultados, al aumentar 3.7% en los primeros meses del año del 2016” (ANDI, 2016).

En la feria internacional de alimentación ALIMENTEC 2016, la Asociación Colombiana de Industria Gastronómica, Acodres, dio datos relevantes sobre el crecimiento del sector de gastronomía en Colombia.

La presidente de Acodres la señora Claudia Barreto manifiesta “*que en el 2015 el sector HORECA (que corresponde restaurantes, hoteles, bares y turismo) ha crecido en un 12% del cual la industria de alimentos y bebidas tienen una participación del 3.5% (Saavedra Crespo, 2016).*

Según la información dada por Acodres, en el país se abren al mes alrededor de 15 a 20 restaurantes.

Colombia por tener diversidad de consumidores tiene como ventaja las nuevas tendencias que se presentan en el sector de restaurantes veganos, orgánicos, o fusión.” expresa la presidenta.

No obstante, Barreto indicó que “Colombia a pesar de la gran variedad de frutas y verduras que produce y la infinidad de platos que se puede preparar con ellos, todavía le falta un camino importante por recorrer para poder considerarse una potencia gastronómica a nivel mundial. (Saavedra Crespo, 2016).

Sin embargo se evidencia una gran oportunidad con la elaboración de nuevas técnicas, fusiones y creaciones de platos diferentes para un mercado actual que está dispuesto a probar diferentes propuestas en los restaurantes.

Perspectivas del sector

A continuación, siguiendo los análisis reportados por (Economía Aplicada, 2016) y (Dinero.com, 2016), se presentan las proyecciones para el sector.

Según las proyecciones de la Revista de Economía Aplicada, ha sido un primer semestre difícil para la economía del país, la perspectiva de cómo cerrará el 2016 y 2017 es un cuestionamiento que las cifras van revelando. Las fuentes de crecimiento que se han venido dado serán distintas, pues como es el caso el sector comercio bajaría el aporte. La Tabla 2 recoge las principales proyecciones anteriormente descritas.

Tabla 2. PIB según composición

PIB-Demanda (Año completo)			PIB-Demanda (trimestres)				
	2016	2017		III-2016	IV-2016	I-2017	II-2017
Consumo de los hogares	2.3	7.3	Consumo de los hogares	1,9	1,1	3	5,7
Consumo del gobierno	2.1	3.9	Consumo del gobierno	2,5	2,3	7,1	4,4
FIBK	-0.1	1.5	FIBK	-0,3	4,9	11,9	5,6
Exportaciones	3.6	7.5	Exportaciones	4,6	3,5	1,7	6,2
Importaciones	-2.4	7.2	Importaciones	-6,1	-2,9	1	6,8
Total	2.2	3.2	Total	2,1	2,2	4,2	3,9

Fuente: (Economía Aplicada, 2016) y (Dinero.com, 2016).

Las proyecciones de Economía aplicada –EA- indican que la economía colombiana crecerá 2.2% finalizando en 2016, la evolución del primer semestre mostró que la inversión no respondió durante 2016 y el consumo de los hogares crece pero a tasas menores cada trimestre. Tanto los sectores económicos como el consumo de los hogares han respondido de forma muy sensible al aumento de las tasas de interés, al paro camionero, y el invierno, por lo que es de esperar que con la mejora en las condiciones climáticas y el ajuste rápido de la inflación las condiciones para la nueva tasa de interés empiecen a darse. : (Economía Aplicada, 2016)

De acuerdo a la publicación Economía Aplicada, se estima que en Colombia para el 2017 crecerá 3.2 % aunque sostiene que la dinámica lenta se mantendrá. Para el caso del sector comercio no muestra una recuperación tan importante en 2017, pues la demanda interna continuará débil. (Economía Aplicada, 2016)

Vista por semestre se espera que haya una mejor dinámica del consumo de los hogares, en el sector comercio para el segundo semestre del año 2017.

Por otro lado es importante evaluar en el sector El Proyecto de Reforma Tributaria el cual aún se discute, pero que sin duda tendrá repercusiones a futuro en las pymes colombianas: el montributo, el IVA, las retenciones, el impuesto de renta y la modificación de la Ley 1429.

De acuerdo a la información encontrada en Economía Aplicada sobre este tema se dice”
que en principio las modificaciones planteadas se dan en cinco frentes con impacto en la pyme: impuesto a la renta, el IVA, el impuestos con efectos específicos en los costos, la Ley 1429 Monotributo.

- *Impuesto a la renta*

Tarifa general de impuesto a la renta para las personas jurídicas. El CREE (CREE: impuesto sobre la renta para la equidad) con este nombre deja de existir y se cambió por un aumento del impuesto sobre la renta. Se mantiene el espíritu del CREE en el que se eliminan las contribuciones parafiscales para ingresos menores a 10 salarios mínimos (menores a 6 millones 894 mil pesos) y como pasó a ser parte del impuesto de renta sigue variando de acuerdo a las utilidades de las empresas. Este impuesto tenía una tarifa del 9% que se sumaba al 25% de impuesto a la renta vigente. Ahora el total será del 32%, lo que implica una reducción de 2 puntos a este impuesto, beneficiando también a las empresas pyme. Sin embargo, la reducción efectiva es de un punto en tanto la reforma anterior estableció que a partir de 2016 el CREE bajaba del 9% al 8%.

Destinación del 9% de la tarifa de renta. Se establece en la reforma que el 9% de la tarifa de impuesto de renta se destinará al ICBF, SENA, al sistema de salud, educación en primera infancia y créditos beca del ICETEX.

- *IVA*

Ampliación de la base del IVA. En la actualidad los responsables del IVA son los establecimientos con ventas menores a 1.400 UVT (41 millones de pesos) y patrimonio menor a 4.500. Esta característica se mantiene en la reforma, pero la base se amplía desde 2018 para iniciar a partir de 1.000 UVT (29 millones de ventas al año).

- *Impuestos con efectos sobre los costos o la caja de la pyme*

Impuestos a la gasolina. La reforma define tres tipos de impuestos a la gasolina, uno dirigido a los productores, en la primera parte de la cadena productiva, un segundo impuesto conocido como el impuesto al carbono,, que si bien se aplica al precio de venta del refinador al distribuidor, estos acaban trasladándolas al precio final afectando los costos de transporte de la economía en su conjunto.

- *La Ley 1429*

Para los que se acogieron a estos beneficios la tarifa de impuesto a la renta quedará en 9% en la reforma durante el tiempo que haya sido concebido dicho tratamiento. La Ley 1429 establecía que el impuesto era de 0% en los dos primeros años, 25% del impuesto a pagar en el tercer año, 50% en el cuarto y 75% en el quinto. El beneficio neto sería positivo, pues aunque se adelanta el pago desde el primer año de estar acogido a la Ley 1429, en la sumatoria de los cinco años los impuestos pagados serían menores. Ahora, teniendo en cuenta que la principal restricción de las pyme es de caja, la norma no beneficia en este aspecto al cobrar el impuesto desde el primer año y no desde el tercero como estaba establecido.

- *Monotributo*

Este nuevo impuesto es voluntario, anual y rige para establecimientos con ingresos entre a 1.400 y 3500 UVT de ventas al año (41.6 y 104 millones de pesos), sustituye el impuesto sobre la renta. Su valor está entre 480 y 953 mil pesos al año dependiendo de la categoría. Está destinado expresamente al sector comercio y peluquerías que tengan un solo establecimiento menor a 50 metros cuadrados. Está dirigido al régimen simplificado, compuesto de personas naturales con establecimiento de comercio.

Su recaudo se dirigirá a financiar el servicio social complementario BEPS (Beneficios Económicos Periódicos) y los comerciantes que cancelen el monotributo quedarán inscritos en el programa BEPS y la ARL. El BEPS es un fondo que entrega pensión a quienes no realizaron cotizaciones al régimen contributivo y por edad no alcanzan a acumular las semanas y recursos por el régimen tradicional. En términos de beneficios es una propuesta interesante para promover la formalización de estos sectores, las empresas del comercio y las peluquerías deberían aprovecharlo para formalizarse pues cuentan con una ventaja en costos tributarios muy importante frente a pequeñas empresas de otros sectores que si deben asumir tarifas plenas y sus propietarios no se benefician de esta norma. Ya las asociaciones del gremios afectados por la nueva reforma se expresan con gran preocupación La petición de los restaurantes es que se mantenga el esquema actual que utiliza el imptoconsumo y el IVA. “ (Economía Aplicada, 2016)

Organizaciones como Arcos Dorados, responsable de McDonald’s, afirmó “que no se retirarán del país, pero advirtió que si se aprueba la reforma como está planteada, afectaría seriamente su capacidad de inversión y de este modo su crecimiento y creación de empleo.” (Economía Aplicada, 2016) Otros como Alfredo Higuera, representante de Subway, advirtió “que el sector de restaurantes ha crecido en el último año especialmente mediante las

franquicias, modelo que se vería afectado con la reforma tributaria pues no le daría la estabilidad necesaria para continuar su crecimiento”. (Economía Aplicada, 2016)

Conclusión General del análisis sectorial

En conclusión, podemos destacar que el sector al cual pertenece el proyecto, ha presentado un crecimiento anualmente positivo para la economía Colombiana, Sin embargo según las proyecciones, se ve un desaceleramiento del comercio en este sector por diferentes factores externos como lo es el clima, los paros camioneros, los nuevos cambios en la reforma tributaria, donde se aumenta el IVA. Es un reto para los emprendedores buscar las estrategias para crear nuevos establecimientos comerciales, mantenerse en el mercado y lograr crecimiento.

Información General del Negocio

Propósito del Plan de Negocios

El propósito del plan de negocio es estructurar una empresa que contenga un espacio tranquilo, oferta gastronómica y de bebidas evaluando su viabilidad financiera, de mercados, y disponibilidad de recursos bajo los parámetros legales que exige el comercio actual. Se realizará encuestas de preferencias de los consumidores, análisis del entorno, de la competencia, de costos, presupuestos, retorno de la inversión, impacto ambiental y social y todos los factores que pueden influir directa o indirectamente en el proyecto realizado.

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

Inkafe bar restaurante será una empresa dedicada a satisfacer las necesidades de encontrar un espacio tranquilo en el municipio de San Luis donde haya una oferta gastronómica diferente, bebidas y cafés. Más que vender un producto tangible es poder brindar un espacio tranquilo y comfortable.

Historia y antecedentes del Proyecto y/o la Empresa

Inkafe nace de la necesidad de encontrar un lugar tranquilo en el municipio de San Luis, donde las personas se puedan tomar una bebida, sin un ruido exagerado; la oferta actual de bares y restaurantes son todos similares, hay un servicio poco especializado, muy básico. La música a alto volumen con géneros musicales de toda clase, no permiten entre los clientes sostener una conversación amena. Inicialmente, se pensó en un café especializado con oferta de cafés especiales con diferentes métodos de filtrado pero de acuerdo a las encuestas y al estudio en

campo, se evidenció que no hay una cultura del café; Las personas están acostumbradas a tomar su café de greca, que les cuesta poco. Por lo cual, el enfoque principal del negocio es el espacio el cual será confortable, y a través de todos estos detalles se tendrá una experiencia de tranquilidad, dando también una oferta gastronómica no usual en el pueblo y con diferentes tipos de bebidas.

Misión de la futura Empresa

Inkafe café bar es un establecimiento comercial en el municipio de San Luis dedicado a transmitir como su nombre lo expresa la fuente y origen de la felicidad, Tener en este lugar una experiencia de tranquilidad a través de un confortable espacio para compartir con la familia y amigos con variedad en oferta gastronómica y de bebidas.

Objetivos a corto, mediano y largo plazo

Objetivos a Corto Plazo: Penetrar en el mercado de San Luis a través de un establecimiento comercial en mayo de 2017.

Objetivo a mediano Plazo: lograr que el setenta por ciento de la población de la zona urbana del municipio de San Luis reconozcan Inkafe como establecimiento comercial con una oferta gastronómica y un espacio tranquilo en diciembre de 2017

Objetivo a largo plazo: Diseñar dos nuevos espacios dentro del mismo establecimiento con diferentes temáticas, para el segundo semestre del 2018.

Relación de los Bienes o Servicios

La relación de los bienes y servicios va enfocada en tener una experiencia confortable a través de la fusión de un espacio, una bebida o comida ligera que permita un sano disfrute de un momento con la familia, un amigo o estar solo, ofreciendo un servicio especial que haga sentir las personas tranquilas.

Ventaja Competitiva del Negocio

Inkafé café bar su principal ventaja competitiva es que será único en este municipio, tanto el concepto del espacio, decoración, tipo de música, servicio amigable y oferta gastronómica.

Su ubicación en todo el marco de la plaza, harán de este lugar un espacio de preferencia para compartir en familia.

Justificación del Negocio

San Luis Antioquia ha sido un municipio golpeado por la violencia, Tuvo problemas de enfrentamientos guerrilleros, desplazamientos forzosos, secuestros, masacres. Desde hace un par de años el municipio ha tenido una oleada de paz y tranquilidad; hoy ante el mundo se ve como un municipio con un gran futuro para el disfrute turístico por su variedad y hermosa riqueza hídrica, muchos de los turistas que visitan el pueblo sólo tienen como oferta el disfrute del río, visita al parque y los negocios que existen hoy ofrecen comidas rápidas y bares con música a alto volumen; Por esta razón, se parte de una necesidad que se evidencia en el municipio de encontrar un espacio tranquilo para compartir con la familia y amigos, celebrar una ocasión especial, y encontrar en un mismo lugar oferta de comidas y bebidas.

Sector y actividad al que pertenece y se dedicara la Empresa

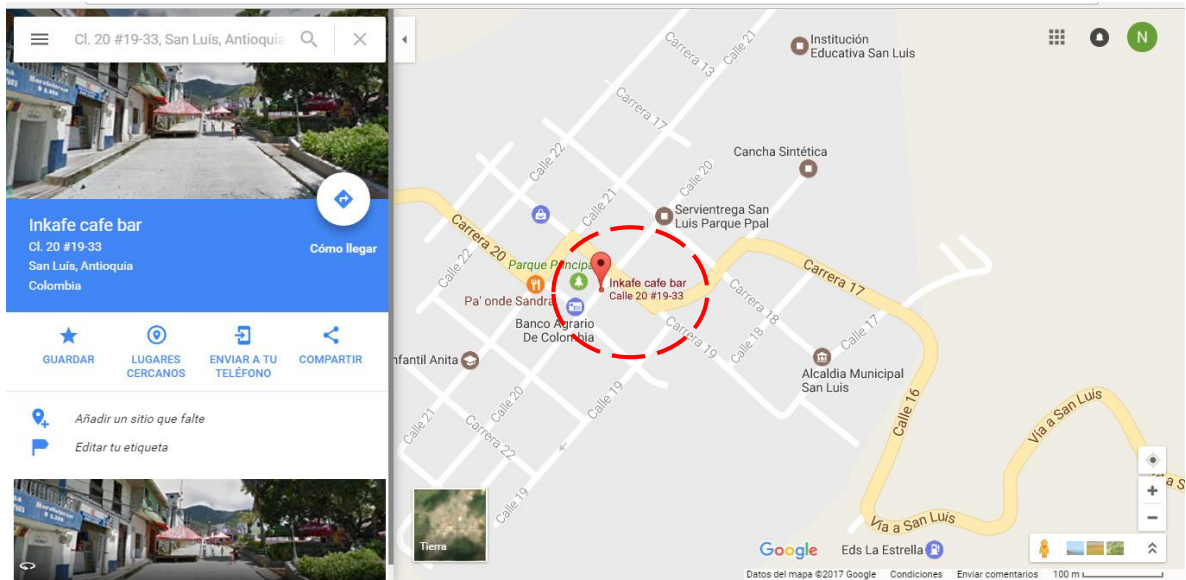
Inkafe pertenecería al sector terciario o de servicios como establecimiento de comercio y bebidas. La actividad principal es tomada del sistema de clasificación industrial internacional uniforme (CIIU) es la 5613, expendio de comidas preparadas en cafeterías.

Y como secundaria la 5630 expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento.” *El DANE brinda esta clasificación con el ánimo de que sea utilizada como estándar para la recolección, la codificación y el análisis de la información estadística en materia de actividades económicas, para las diferentes investigaciones, cuentas nacionales, encuestas, censos, registros administrativos y estudios sectoriales. Así se podrá disponer de una información estadística confiable y oportuna.” (DANE, 2012)*

Localización Geográfica de la Empresa

El proyecto se desarrollará en el municipio de San Luis Antioquia en el parque principal, marco de la plaza en la dirección Calle 20 # 19 -33 (Ilustración 3).

Ilustración 3. Ubicación geográfica del proyecto



Fuente: Google Maps.

Análisis del Mercado

Descripción del producto o servicio

Los productos que podrá encontrar en Inkafe café bar, se desarrollaron pensando en generar espacios para disfrute con familia y amigos en los que se encuentra:

Oferta gastronómica: sandwiches cubanos, crêpes de jamón y queso, crêpes de pollo, montaditos y nachos.

Bebidas: tales (Alcaldía de San Luis Antioquia, 2016) como cervezas artesanales, cervezas nacionales, coctelería, gaseosas.

Cafés: fríos y calientes como expresso, cappuccino.

Adicional a esto para generar experiencias en los clientes se desarrollarán paquetes de servicios como cenas románticas, eventos familiares y empresariales.

Usos. Las personas interesadas en los productos de Inkafe café bar tendrán un fácil acceso a estos ya que la ubicación del negocio estará en todo marco de la plaza, adicional que combina varios productos y servicios para dar variedad y satisfacer diferentes necesidades, se destaca que hay flexibilidad en la oferta de los productos ya que los pueden consumir desde niños hasta los adultos, A través del concepto de la música a bajo volumen, el diseño del espacio se espera dar una experiencia de tranquilidad.

Usuarios. Los usuarios de los productos y servicios son desde niños hasta las personas de la tercera edad.

Presentación. La presentación de los productos de consumo se llevará a través de una carta, discriminada por comidas, bebidas, tipos de cafés y cocteles. Adicional de esto la presentación del local muestra un concepto rustico y juega un papel importante la iluminación, la música y el espacio que en su conjunto quiere brindar confort y tranquilidad.

Para la presentación de los platos se tendrá en cuenta la vajilla en cerámica, cubertería de acero inoxidable, y la cristalería.

Composición. Inkafe estará compuesto por el conjunto de detalles, decoración y enseres necesarios para brindarle una experiencia diferente al cliente, deben tener una armonía ya que en junto con el servicio estos generan la primera imagen que recibe el cliente al entrar al establecimiento.

Características físicas. El lugar o espacio comercial será un lugar que desde el momento que se ingresa genera una invitación a lo positivo por traer frases de motivación, su infraestructura es una casa vieja que en conjunto con la decoración genera un espacio que inspira paz y tranquilidad, las mesas entre estibas y maderas lo hacen un lugar rustico pero con un toque de romanticismo, con sus paredes negras un poco industrial, la decoración también lleva hojas artificiales para transmitir paz junto a lo natural. Se tendrá un espacio para una galería de fotos donde se invita a los clientes a conocer los lugares más turísticos del municipio, frases sobre el café y de motivación, otro espacio donde los clientes puedan expresar sus pensamientos o escritos poemas pensamientos positivos y los quieran compartir.

Sustitutos. Los productos o servicios sustitutos de Inkafe bar, son las demás actividades recreativas que se pueden desarrollar en el municipio, tales como salidas ecológicas, paseos al rio, las discotecas, las cantinas, las panaderías, las cafeterías, los vendedores ambulantes que ofrecen comidas o licores y los restaurantes.

Complementarios. Inkafe se puede complementar con una cantidad de servicios que van desde un paquete de cena romántica, eventos empresariales, familiares, zona de picnic, zona infantil, karaoke. En cuanto al producto se pueden complementar con comidas vegetarianas, carnes, ente otras, diferentes comidas gourmet, cervezas, vinos extranjeros y snacks.

Demanda

Según el plan de desarrollo del municipio de San Luis 2016 -2019 en el 2013, la población total del municipio era de 13.402 habitantes, donde el 48.08% (6.444 habitantes) de la

población viven o se localizan en la zona urbana específicamente en la cabecera municipal; y el 51,91% (6.958 habitantes) viven en la zona rural.

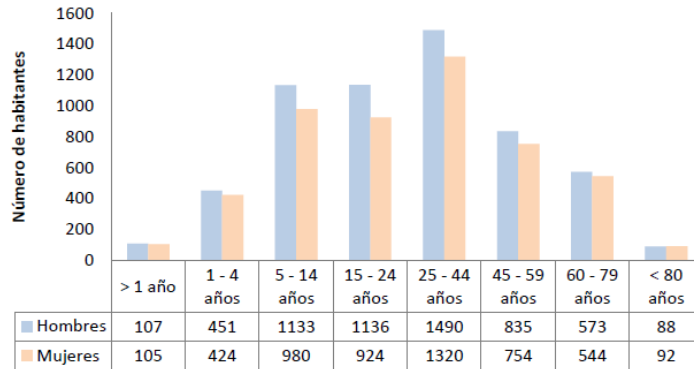
El grado de urbanización en el municipio de San Luis es de 48.08%, es decir, es el porcentaje de la población que reside en el área urbana del municipio con respecto a la población total. Cabe anotar que según este grado de urbanización en el municipio según el DANE y sin perder de vistas las tendencias departamentales y nacionales, (que en general muestran mayores tasas de crecimientos poblacional en las áreas rurales), se puede asegurar que la tasa de urbanización seguirá en aumento para el Municipio lo cual está en total acuerdo con la dinámica de la subregión del oriente antioqueño. (Alcaldía de San Luis Antiquia, 2016)

De esta manera, en los últimos años se ha venido presentado un aumento de la población rural debido al retorno progresivo de los campesinos hacia los núcleos poblados, la zona urbana y algunos municipios limítrofes en busca de mejores condiciones de vida y oportunidades laborales.

En el municipio, prevalece más el sexo masculino que el femenino, en el Gráfico 2 se puede evidenciar la población por el tipo de sexo y grupo de edad. (Plan de desarrollo de San Luis 2016-2019)

Gráfico 2. Población San Luis según edad y género

Figura 3. Población por sexo y grupo de edad del municipio, 2013



Fuente: DANE- SISPRO-MSPS

Fuente: Plan de Desarrollo Municipio de San Luis 2016-2019

La estructura poblacional del municipio es regresiva, lo que significa que presenta una baja natalidad y una población envejecida a través del tiempo, lo que genera que se evidencien cambios considerables en el número de población en cada uno de los ciclos vitales, es decir, como podemos observar en la siguiente tabla, la baja natalidad está marcada por el descenso en el número de habitantes, ya que refleja una disminución considerable en comparación de los años 2005, 2013 y 2020, donde el peso desciende de 13.17% a 11.98 y se espera que baje a 9.90% para el 2020. Este comportamiento descendente se refleja igualmente en los ciclos de edad de la infancia adolescencia y juventud pero en los ciclos vitales posteriores el comportamiento cambia al aumento, es decir, los pesos de la población en los ciclos vitales de la adultez y la persona mayor tienden al aumento tal como se presenta en la Tabla 3, lo que reafirma así la característica de una población envejecida a través del tiempo. (Alcaldía de San Luis Antiquia, 2016)

Tabla 3. Proporción de la población por ciclo vital, municipio de San Luis 2005,2013 y 2020

Ciclo vital	2005		2013		2020	
	Número absoluto	Frecuencia relativa	Número absoluto	Frecuencia relativa	Número absoluto	Frecuencia relativa
Primera infancia (0 a 5 años)	1450	13.17	1312	11.98	1080	9.90
Infancia (6 a 11 años)	1556	14.13	1282	11.70	1082	9.92
Adolescencia (12 a 18 años)	1738	15.79	1450	13.23	1193	10.94
Juventud (19 a 26 años)	1481	13.45	1563	14.27	1305	11.96
Adulthood (27 a 59 años)	3769	34.24	4052	36.98	4507	41.32
Persona mayor (60 años y más)	1015	9.22	1297	11.84	1741	15.96
Total	11009	100.00	10956	100.00	10908	100.00

Fuente: DANE- SISPRO-MSPS

Fuente: Plan de desarrollo de San Luis 2016-2019

De acuerdo a la demanda de la población que vive dentro de la cabecera municipal las prácticas que realizan para su disfrute nocturno es salir al parque a comer, a tomar licor, visitar las discotecas, las cafeterías; las personas en su gran mayoría son católicas y después de salir de la iglesia tienen la costumbre de tomar alguna bebida o comer, Inkafé estima alcanzar un 10% de esta demanda que sería en número 644 sin contar con los turistas que visitan el pueblo especialmente los fines de semana.

Comportamiento histórico. De acuerdo con el punto anterior concluimos que a pesar de que el crecimiento de la población descende, para los ciclos de vida de la adultez y personas mayores va en crecimiento según datos revelados en el plan de desarrollo del municipio de San Luis 2016-2019, según información obtenida con el director de planeación municipal el señor Hectalibar Toro las personas en San Luis obtienen sus ingresos por la empresa Argos que proporciona empleo a cerca de 220 pobladores del municipio; otras instituciones como la alcaldía municipal y sus proyectos, el hospital son entidades que emplean alrededor de 50 pobladores. Adicionalmente se tienen los proyectos realizados en zonas aledañas al municipio que traen

mucha más personas al pueblo, como es la empresa CELSIA con su proyecto Porvenir I. Esta emplea personas de otras poblaciones por lo que la demanda puede ir en aumento con estas personas que buscan entre sus espacios de descanso lugares para el sano esparcimiento.

Las personas independientes en el municipio de San Luis son alrededor del 15% según dato propiciado un trabajo de campo hecho por la tesorería del municipio, Este porcentaje se ha ido incrementado con el pasar del tiempo sin embargo, muchos negocios se apertura pero al poco tiempo son cerrados por mala administración o poca demanda de sus productos, su ciclo de vida oscila de 4 a 6 meses.

Situación actual: distribución geográfica del mercado de consumo actual, temporalidad (estacionalidad), políticas gubernamentales.

Los principales consumidores del municipio se encuentran ubicados dentro de la cabecera municipal. Los fines de semana por costumbre, las personas que se encuentran en la zona rural o personas del pueblo que viven en Medellín viajan al municipio. De igual forma en la oficina de la UMATA (Unidad Municipal de asistencia Técnica Agropecuaria) se habló con el señor Diego León Ramírez Ortiz el director de turismo comenta que se tiene registro que al municipio llegan alrededor de 50 a 60 personas cada fin de semana con fines turísticos a conocer y disfrutar de las riquezas hídricas y los lugares ecológico, mejorando así al economía del pueblo.

A continuación se analizara una encuesta realizada en el municipio de San Luis para la realización del plan de negocio con el fin de conocer las preferencias de los posibles clientes, de los lugares que frecuentan, gustos y preferencias en comidas, si no viven en San Luis cuantas

veces visitan el municipio. A continuación se despliega la investigación de mercados realizadas para este punto.

Investigación de mercados

Mercado objetivo y ubicación de clientes potenciales está conformado por las personas que tengan un poder adquisitivo superiores a \$1.000.000 que residan en el municipio de San Luis o que lo frecuenten 2 meses al mes aproximadamente el municipio.

El tipo de la investigación de mercados a utilizar es la exploratoria ya que tiene como objetivo la familiarización de la situación problema, para así identificar cuáles son las variables más determinantes que pueden afectar el plan de negocio.

La recolección de datos y la metodología de recolección de datos se hará de manera cuantitativa donde se realizaran 73 encuestas para evaluar los lugares más reconocidos y que frecuentan más las personas que viven o que viajan a menudo al municipio, percepción de precios, hábitos, gustos y preferencias de alimentos, bebidas y servicio, las encuestas se aplicaran todas mediante la aplicación de google drive, de manera virtual.

De manera cualitativa, Se realizó visitas 18 lugares entre restaurantes, cafés y bares que están dentro del marco de la plaza del municipio para observar la calidad del servicio, menús, precios y recolectar datos sobre estas variables.

La herramienta utilizada para la investigación fue la plataforma de googledrive a través de encuestas.

El tamaño de la muestra se toma con el método de selección de la muestra; muestreo aleatorio simple donde se desarrolla de la siguiente manera:

Tamaño de la Muestra

Nivel de confianza: 95% correspondiente a 1.96

Proporción esperada: 5% correspondiente a 0.05

q (1 – p): 0.95

d: 5% correspondiente a 0.05

N: 105879 (Población del municipio de San Luis según plan de desarrollo del Municipio 2015-2020)

Fórmula para calcular el # de Encuestas:

$$n = N * Z^2 * p * q / d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q$$

$$n = 105879 * (1.96)^2 * 0.05 * 0.95 / (0.05)^2 * (105879 - 1) + (1.96)^2 * 0.05 * 0.95$$

$$n = 19320.38 / 264.88$$

$$n = 72.94$$

Como mínimo se desarrollarán 73 encuestas.

El formulario para las encuestas contó con las siguientes preguntas.

1. ¿En qué rango de edad se encuentra?

15 a 18 años _____

19 a 25 años _____

26 a 34 años _____

De 35 en adelante. _____

2. ¿Vive usted en San Luis? de ser " no " la respuesta, en la casilla otro, decir cada cuanto

viaja

SI

Viajo semanalmente

Cada 15 días

una vez al mes

Cada 6 meses

3. ¿Qué lugares son los que más frecuenta en San Luis?

Melaos _____

Bacco _____

Los paraguas _____

Billares _____

Discotecas _____

Rodrigosky_____

4. ¿Qué oferta gastronómica preferiría encontrar en el municipio de San Luis?

Comidas Rápidas _____

Crepês, quesadillas, sandwiches gratinados _____

Carnes _____

Comida Italiana _____

5. ¿Cuánto invierte usted en comida fuera de casa por persona?

Menos de \$10.000 _____

Entre \$ 10.000 y \$15.000 _____

Entre \$ 16.000 y \$20.000 _____

De \$20.000 en adelante _____

6. ¿Qué bebidas prefiere encontrar en el lugar que visita?

Cafés _____

Cervezas _____

Cocteles _____

Aguardientes _____

Gaseosas y Jugos _____

Otros _____

7. ¿Qué género de música prefiere en los lugares que visitas?

Pop, romántica _____

Rock _____

Música Popular _____

Reguetton _____

8. ¿Qué variable es la más importante en el momento de elegir un lugar en San Luis?

Precio_____

Servicio_____

Comodidad _____

Variedad en los productos _____

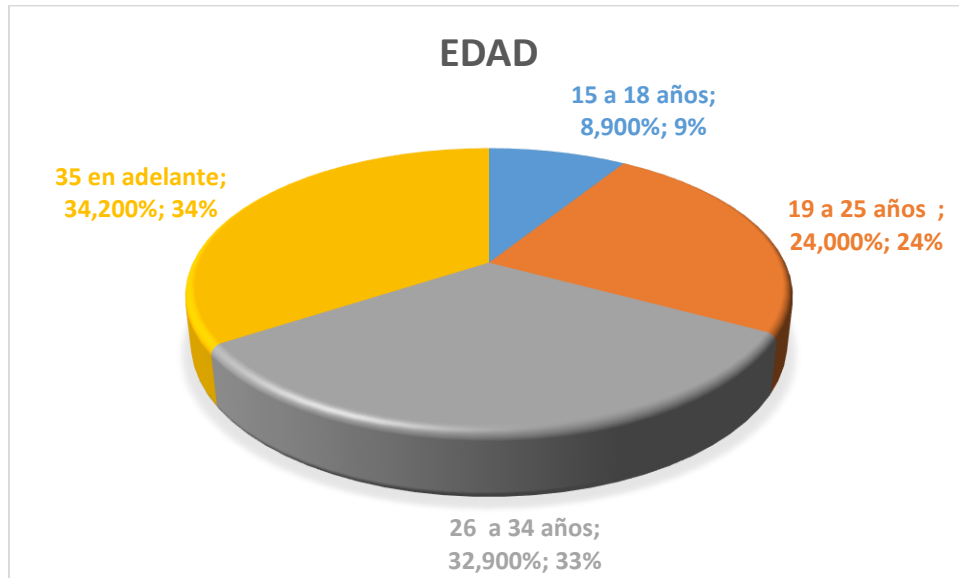
Otros_____

9. ¿En cumpleaños, aniversarios, y fechas especiales qué lugar frecuentan? escriba su respuesta por favor.

A continuación a través de gráficos se muestra los resultados de las encuestas.

1. ¿En qué rango de edad se encuentra?

Gráfico 3. Edad en que se encuentra los encuestados.

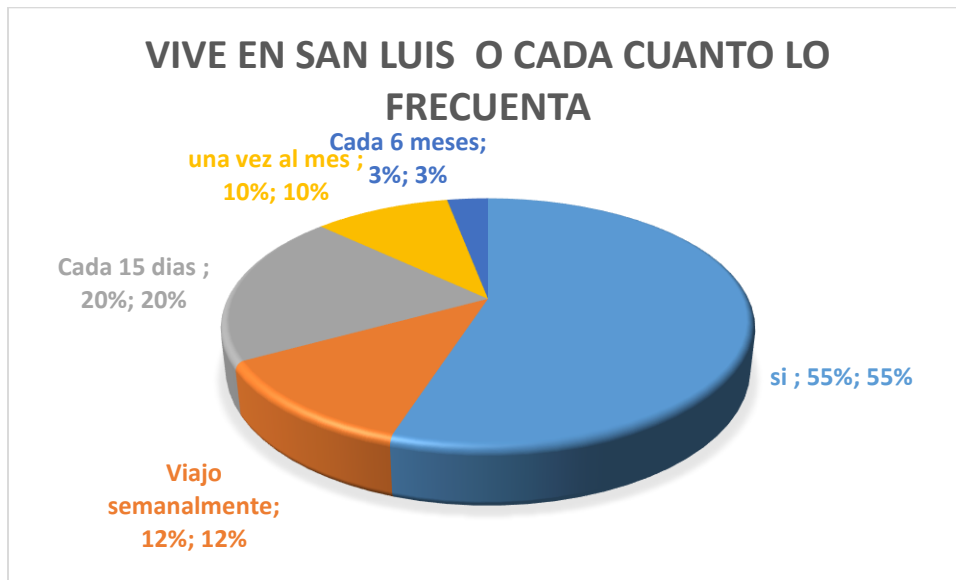


Fuente: Elaboración propia

La gráfica 3 muestra que las personas a las que se realizó la encuesta en un 67% son mayores de 25 años.

2. ¿Vive usted en San Luis? de ser " no" la respuesta, en la casilla otro, decir cada cuanto viaja

Gráfico 4 Porcentaje de población que vive en San Luis o Frecuencia de visita.



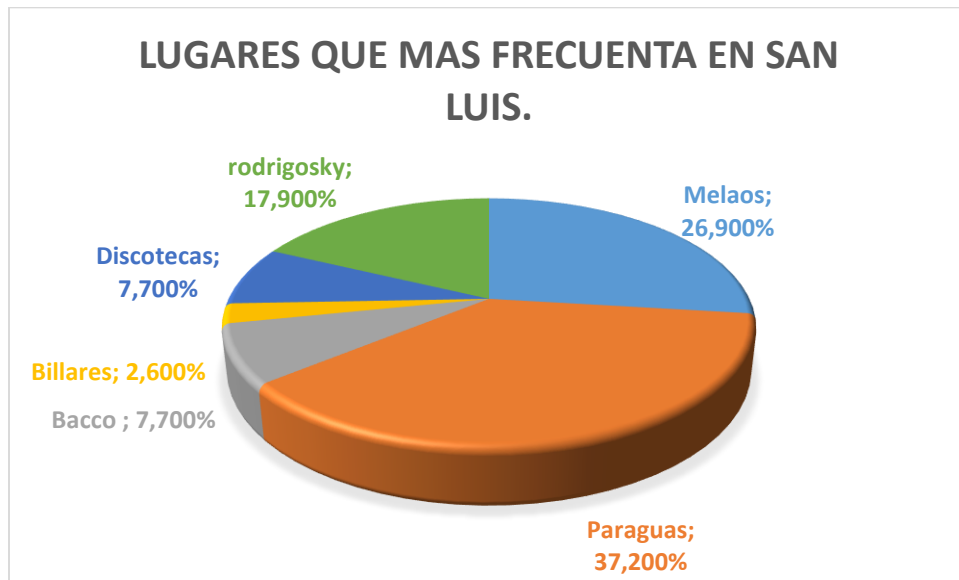
Fuente: elaboración propia

El gráfico 4 muestra el resultado de las personas que viven en San Luis 55,5% residen en el municipio. Sin embargo, también se desea conocer las preferencias de las personas que frecuentan el municipio por lo cual el 42% restante de la población encuestada, viajan mínimo una vez al mes a San Luis.

3. ¿Qué lugares son los que más frecuenta en San Luis?

El gráfico 5, muestra que los lugares que más frecuentan los clientes potenciales son los paraguas con un 37,2 %, siendo este un espacio al aire libre, con poco ruido, donde venden bebidas y donde se puede conversar de manera tranquila. Con este resultado nos damos cuenta que las preferencias de los posibles compradores de Inkafé prefieren un lugar tranquilo para compartir.

Gráfico 5 lugares que frecuentan en San Luis.



Fuente: Elaboración propia.

4. Que oferta gastronómica preferiría encontrar en el municipio de San Luis.

gráfico 6 Preferencia en tipo de comida

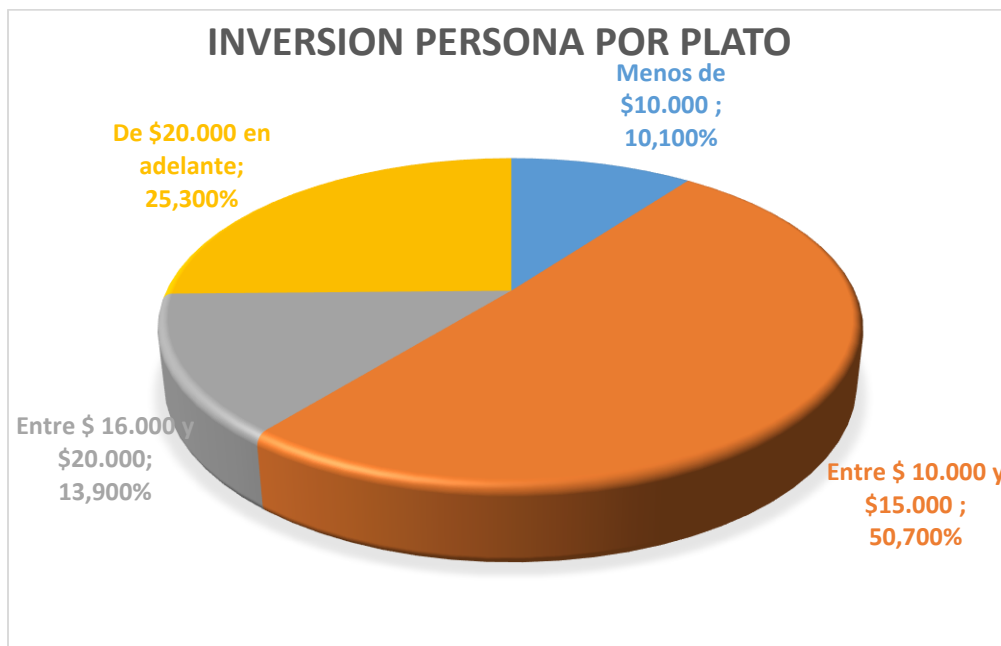


Fuente: elaboración propia

En el grafico 6 se observa la oferta gastronómica favorita por los clientes según la encuesta son los crepês, sandwiches y quesadillas, se puede suponer que sería una oferta apetecida ya que en la actualidad no hay un lugar donde cuente con este tipo de comidas, pues hay abundancia en oferta en comidas rápidas como hamburguesas, perros, chuzos en los demás competidores.

5. Cuanto invierte usted en comida fuera de casa por persona?

gráfico 7 inversión persona por plato



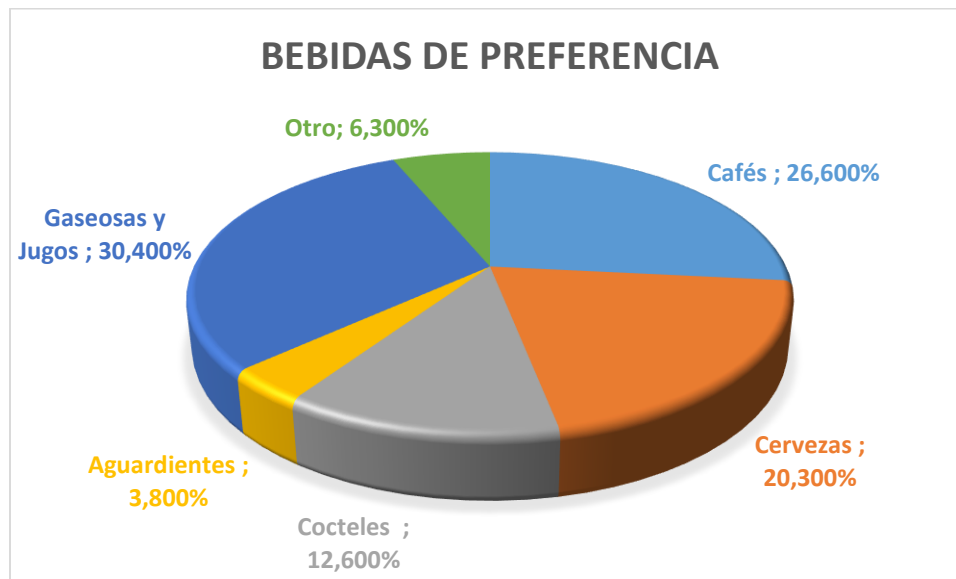
Fuente: elaboración propia

En el grafico 7 se muestra la inversión que está dispuesto a pagar una persona por plato fuera de casa, para este estudio se supone que es en comida rápida ya que es la que la

oferta más común en el municipio, con un 50,70% entre 10.000 y \$15.000, lo cual para Inkafe es un precio excelente considerando el tipo de oferta gastronómica que se desean brindar.

6. ¿Qué bebidas prefiere encontrar en el lugar que visita?

Gráfico 8 Tipo de bebidas preferidas



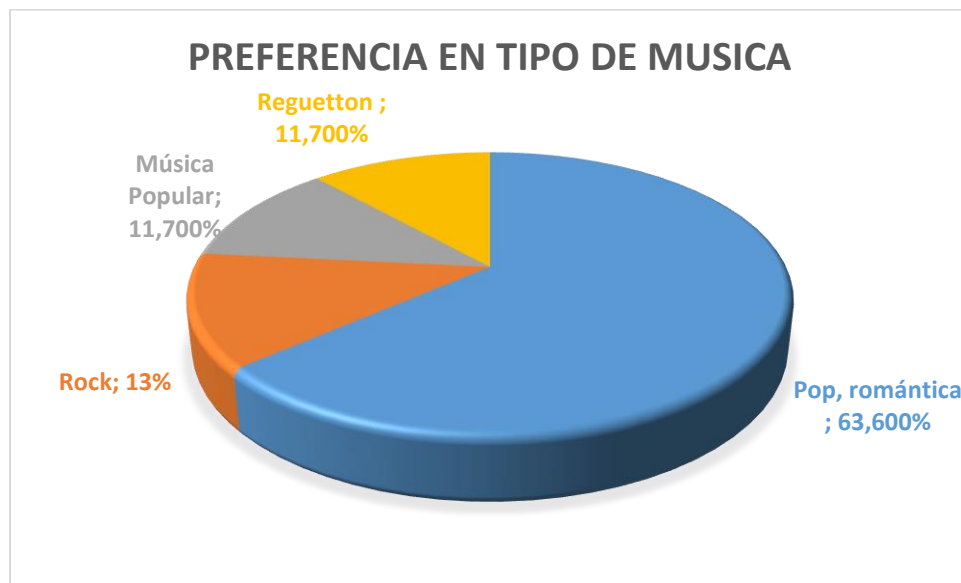
Fuente: Elaboración propia

El gráfico 8 muestra un 30,40% cuyas bebida preferidas son los jugos y gaseosas, con un 26,60% el café y el 20% las cervezas, en la actualidad en el municipio no hay ningún establecimiento que brinde oferta de cocteles, por lo cual a pesar de que la participación en esta bebida como preferencia solo cuenta con un 12,60%, esta puede ser una oportunidad para incrementar esta bebida.

7. ¿Qué género de música prefieres en los lugares que visitas?

Dado que Inkafe tiene como objetivo generar un espacio tranquilo, donde se pueda conversar se pretende tener un género tipo pop y según el de tipo de música preferido en la encuesta que se muestra en la gráfica 9, con un 63,60 % el pop romántico, es un dato favorable para el concepto que se desea desarrollar en el proyecto.

Gráfico 9. preferencia en tipo de música



Fuente: Elaboración propia.

8. ¿Qué variable es la más importante en el momento de elegir un lugar en San Luis?

La gráfica 10 muestra que de las variables más importantes para elegir un lugar en San Luis el servicio aparece con un 35,9% seguido de la variedad en los productos con un 28,2%.

Gráfico 10 Variables más importantes para elegir un lugar en el municipio de San Luis.



Fuente: Elaboración propia.

9. ¿En cumpleaños, aniversarios, y fechas especiales que lugar frecuentan? escriba su respuesta por favor

Tabla 4. Lugares de preferencia para fechas especiales.



Fuente : Elaboración propia

En la tabla 4 se muestra que de los lugares preferidos para la celebración de fechas especiales son las discotecas, seguido de rodrigovsky y restaurantes, los demás lugares son en mínima proporción. Con este dato podemos evaluar la posibilidad de dar un plus a los clientes para la celebración de fechas especiales.

En conclusión según los datos se contempla que el 55.5 % de los encuestados viven en el municipio de San Luis el restante frecuenta a San Luis de cada 15 días a un mes aproximadamente. De los lugares que más frecuentan en el municipio las personas encuestadas son los paraguas, seguido de melaos, y otros como lugares de esparcimiento. Se les pregunto por la preferencias en comidas y estos prefieren en un mismo porcentaje del 34.6 entre crepês, quesadillas y sandwiches como las carnes. Las personas están dispuestas a invertir entre 10.000 y 15000 por un plato, con una mayoría de 45.6 % de los encuestados. El 30.4 % de las personas desean de bebidas los jugos y gaseosas seguido de un 26.6% de cafés, La preferencia en música con un 63.6% es la música pop Romántica seguida del rock con un 13%, entre las variables más importante para elegir un lugar es el servicio con un 35.95%.

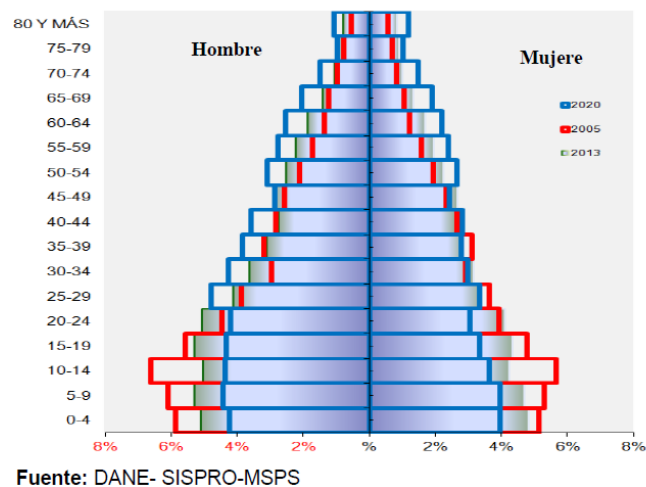
Situación futura: características de los usuarios potenciales, distribución geográfica del mercado de consumo potencial y objetivo, proyección de la demanda, tabulación de datos de fuentes primarias.

De acuerdo con el Plan de Desarrollo del Municipio de San Luis, los indicadores de estructura demográfica tales como la población masculina y femenina y los grupos quinquenales de edad, se resumen en la siguiente pirámide poblacional comparando la estructura demográfica del municipio en los años 2005, 2013 y 2020. En este sentido, se observa de dicha comparación

que la estructura demográfica del municipio presenta una pirámide regresiva con características de población envejecida y con tendencia al descenso en la natalidad, lo cual genera que la mayor parte de la población tienda a incrementar en los rangos de edad de la parte media de la pirámide sentido, se observa a lo largo del periodo observado, es decir, para el 2013 la base de la pirámide presentó un considerable reducción, generando igualmente el aumento en la población de las rangos de edad de la mitad de la estructura piramidal al igual que en la cúspide, reafirmando así la estructura regresiva de la población.(Plan de desarrollo de San Luis 2016-2019)

Igualmente este comportamiento se espera para el año 2020 ya que como se observa en el Gráfico 11, la base de la pirámide se reducirá considerablemente lo que generará como consecuencia una inflación del número de población en los rangos de edad más cercanos a la cúspide piramidal para este año. En consecuencia, se reafirma a lo largo del periodo la baja natalidad y el envejecimiento de la población del municipio. Lo cual para Inkafé se considera favorable ya que son a este tipo de población que se espera llegar.

Gráfico 11. Pirámide poblacional según género años 2005, 2013, 2020



Fuente:(Plan de desarrollo de San Luis 2016-2019)

Sin embargo los niños y adolescentes no dejan de ser usuarios potenciales, que a su corta edad les gusta buscar espacios para compartir con sus amigos y comer un helado.

Oferta

Comportamiento histórico.

San Luis se ha caracterizado por ser un municipio muy tradicional en cuanto a costumbres, los comerciantes de la zona llevan alrededor de 15 a 20 años con el mismo negocio, con el mismo concepto pocas reinversiones y espacios novedosos, la oferta se ha multiplicado en los últimos años con oferta de comidas rápidas, fritos y variedad de alimentos hechos en casa o en venta ambulante, el común denominador de los establecimientos tienen como oferta venta licores y tintos con música a alto volumen, música popular, reggaetón.

En el último semestre de 2016 informa la comunidad San Luisana que alrededor de 6 establecimientos se abrieron y duraron de 2 a 3 meses. Muchos difieren que ha sido por la ubicación de los locales pues pocos son los negocios que duran sin estar en marco de plaza. Se habló con uno de los emprendedores y comenta que el cierre fue por problemas por sociedades mal administradas. Otra oferta que ha ido en creciente en el municipio son las panaderías que tienen alta demanda especialmente los fines de semana cuando las personas del campo visitan el pueblo.

Situación actual: mercado del competidor, plantas nacionales, existentes, análisis de capacidad ociosa, calidades, producción interna, tasas de crecimiento.

Mercado del competidor: se nombrarán los principales competidores de acuerdo a sus actividades, se realiza trabajo en campo para obtener el siguiente análisis de los tipos de productos, antigüedad, ubicación de los diferentes establecimientos ubicados en el Municipio.

- Actividad: Café bar
- Melaos: Es un café bar, ubicado en marco de plaza, inicio sus funciones desde el año 2010. Inicialmente el concepto de melaos fue con música de los años 60, de igual forma su decoración está ambientada a esta época. A través de los años su concepto original se perdió, porque ahora colocan música de toda clase. Ha mejorado su infraestructura, ya poseen una maquina espresso para la elaboración de cafés y han aumentado la diversificación de sus productos, complementándolos con helados, cafés y malteadas. Poseen un solo local, no manejan marketing digital. (Ver Ilustración 4)

Ilustración 4 fotografía de mercado competidor "Melaos"



Fuente: Elaboración propia en trabajo de campo

- Bacco Café Bar: Ubicado en marco de plaza este café bar también llega con el concepto de manejar un espacio como un café tranquilo, pero a su dueño inicial se le presenta otras oportunidades, subarrendándolo, su actual dueña lo ha convirtiendo en una taberna, ya que en su oferta no ofrecen café, ponen toda clase de música, y adecuaron un espacio para que las personas puedan bailar. Los productos que ofrecen son cervezas, licores y gaseosas. (Ver Ilustración 5)

Ilustración 5 fotografía de mercado competidos "Bacco"

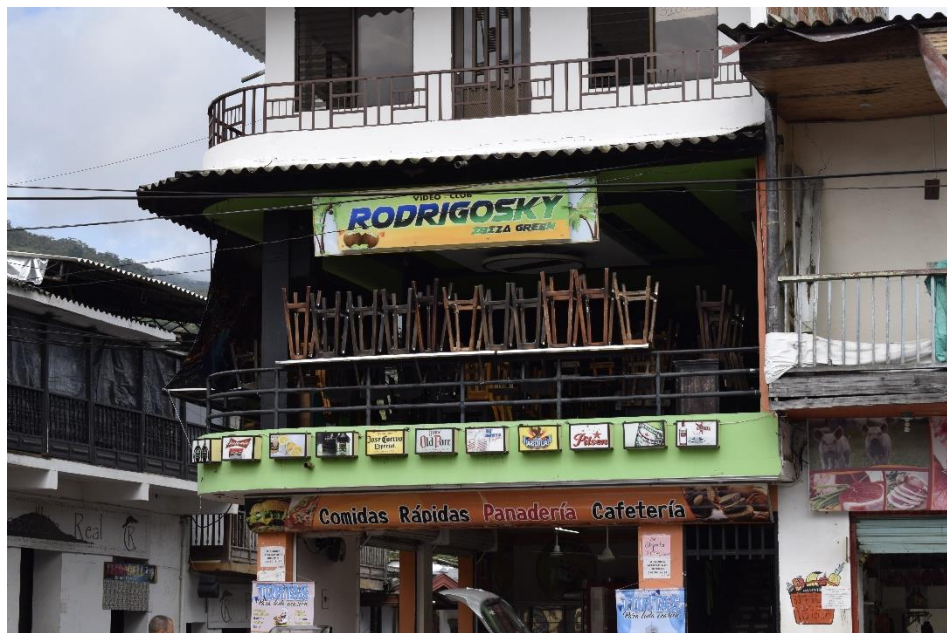


Fuente: Elaboración propia en trabajo de campo

- Rodrigosky: ubicado en marco de plaza. Fue fundado en 1999, año donde se desató la toma guerrillera en el municipio de San Luis. Refiere su fundador el señor Rodrigo Arias que tomo el local en arriendo pero a los días se presentó

esta situación aun sin aperturar, sin embargo continuó con su idea de negocio y abrió Rodrigosky a pesar de esta lamentable situación. Después de 6 años lo subarrendó y ha tenido varios dueños. En la actualidad su oferta es de música crossover, donde hay un espacio para que la gente pueda bailar. Es uno de los lugares más tradicionales y más concurridos del municipio. (Ver Ilustración 6)

Ilustración 6 fotografía de mercado competidor " rodrigosky"



Fuente: Elaboración propia en trabajo de campo

- Actividad: Discotecas
- La laguna: Discoteca que queda a un costado de la plaza, fue fundada en 1986, es una de las discotecas más antiguas del pueblo, ofrecen licores, y rumba crossover.

- Acuarios: Fundada en 1998, ofrecen licores y rumba crossover.
- La terraza: fundada desde 1992 queda en la mitad del parque al aire libre, rumba crossover.
- Neon: inicia funciones en diciembre de 2016, su concepto es una terraza con música crossover y pista de baile.
- Actividad: Bares
 - Los Álamos: fundado en 1997, ubicado en marco de plaza es un negocio donde se ofrece licores, tintos, aromáticas. ha tenido varios dueños. En la actualidad su propietario lleva 3 años con este negocio. (Ver Ilustración 7)

Ilustración 7. Fotografía mercado competidor "los álamos"



Fuente: Elaboración propia en trabajo de campo

- Actividad: Cafeterías
- Cafetería Ruber: Entre las cafeterías más concurridas esta la cafetería de Ruber, es uno de los sitios más visitados, es muy famoso por su tinto, y porque lleva más de 16 años de fundado, ofrece, helados, tintos, hamburguesas, perros, sandwiches. (Ver Ilustración 8)

Ilustración 8 fotografía mercado competidor "Donde Ruber"



Fuente: Elaboración propia en trabajo de campo

- La esquina del Sabor: lleva 8 años de fundada, ubicada en todo marco de plaza, único dueño que tiene otros negocios en el municipio ofrece milos, panadería y licores. (Ver Ilustración 9)

Ilustración 9. Fotografía del mercado competidor "la esquina del sabor"



Fuente: Elaboración propia en trabajo de campo

- Comidas Rápidas ambulantes: entre las ofertas estas comidas rápidas como hamburguesas, chuzos, arepas de queso, chorizos, pizzas, micheladas, salchipapas, ubicadas en una calle aglomeradas, muchos de estos negocios tienen gran reconocimiento. (Ver Ilustración 10)

Ilustración 10 fotografía mercado del competidor "comidas rápidas"



Fuente: Elaboración propia en trabajo de campo

- Billares
 - Club San Luis: Apertura sus funciones iniciando en Diciembre de 2016, ofrece un espacio para juego de billar, espacio al aire libre para asado, venta bebidas alcohólicas y tinto

Situación futura: mercado del competidor, perspectivas sobre plantas, nuevas nacionales, proyección de la oferta (programa de producción).

Los establecimientos de comercio en el municipio de San Luis, mencionados anteriormente que serían la competencia directa de Inkafe, se proyectan como establecimientos visitados por tradición. Muchos de estos no realizan reinversiones de mejoras, nuevas

maquinarias y equipos. Han perdido clientes por la razón que no mantienen su esencia inicial y todos tienden a aparecer cantinas con el mismo tipo de música y la misma oferta de productos por lo que el mercado busca nuevas alternativas para el ocio. Sin embargo establecimientos como melaos a pesar de que no conservo su esencia si incursiono en mejoras locativas y elaboración de nuevos productos, es uno de los que mayor mercado tiene.

Precio

Análisis histórico y actual de precios. Se realizó un recorrido por el marco principal de la plaza para confirmar los precios de los productos que serían similares a Inkafe. En el trabajo de campo muestra en la tabla 5 un balance de los principales precios según producto y locales.

Tabla 5. Relación de precios según producto de los principales negocios existentes en San Luis

Ruber	Producto	Precio	Alamos	Producto	Precio	
	Gaseosa	1500		Gaseosa	1500	
	Tinto	600		Tinto	500	
	Aguardiente	20000		Aguardiente	30000	
	Cerveza	2000		Cerveza	2500	
	Michelada	2500		Michelada	2700	
Melaos	Producto	Precio	Bacco	Producto	Precio	
	Gaseosa	1500		Gaseosa	1500	
	Tinto	900		Ron	35000	
	Aguardiente	30000		Aguardiente	30000	
	Ron	32000		Cerveza	2500	
		Cerveza	2500		Michelada	2700
		Michelada	3000			
	Cappucino	3000				

Fuente: Elaboración propia, con base en trabajo de campo.

Los precios de las bebidas que se están manejando en promedio en el municipio son muy similares en todos los establecimientos comerciales. Para este análisis solo se toma las bebidas porque en estos locales no tienen oferta gastronómica, sin embargo las comidas rápidas ambulantes oscilan entre 5000 a 9000 personas en los productos como hamburguesas, perros, y chuzos

Elasticidad- precio demanda y elasticidad-precio oferta.

Se ha establecido a través del tiempo que algunos bienes por tratarse de primera necesidad son considerados inelásticos y los que son de lujo son elásticos sin embargo, lo que para una persona puede ser primera necesidad para otra no; y los bienes se pueden sustituir.

La elasticidad de ingreso por los gastos de alimentos se tiene entendido que son elásticos, ya que estos por más que obtengan una variación siempre habrá una necesidad de alimentación, algo que no pasa con los gastos de comida en restaurante, si los ingresos de las personas disminuyen, el consumo de bienes de lujos disminuirían proporcionalmente. De igual forma se dice que la elasticidad de precio de la oferta para Inkafe, como establecimiento comercial, café, bar restaurante, tiene una oferta elástica porque son muy sensibles a las variaciones de los precios.

Determinación de las principales variables para la definición del precio.

Según los autores Thomas T. Nagle y Reedk Holden en su libro estrategias y tácticas para la fijación de precios refieren que *“la fijación de precio debería ser la de encontrar la combinación de margen y participación en el mercado que optimice la rentabilidad a largo*

plazo” (K.Holden, 1998) De acuerdo a esto para Inkafe se consideraran diferentes variables para definir los precios:

- Fijación de precio orientada al cliente: al realizar la encuesta, expuesta en el punto Demanda análisis actual, se concluye que las personas en San Luis están dispuestas a pagar de 10.000 a 15.000 por un plato.
- Estimación de los costos: Los costos establecen el límite inferior del precio, Inkafe buscara tener un rendimiento que pueda cubrir costos de producción, transporte, distribución, nomina, y que incluya una utilidad justa por el esfuerzo y el riesgo.
- Fijación de precio orientada a los competidores: Se tendrá en cuenta los costos, precios y posibles reacciones de la competencia.

Según la investigación de los precios de los competidores, el sondeo realizado, estos son similares, los proveedores son los mismos para todo el municipio y el margen de ganancia esta del 40 al 50% por los productos como licores, gaseosas, cervezas.

- Estrategia de mercadeo: El enfoque del negocio es hacia la innovación, una propuesta diferente, que vaya contra la tendencia de los establecimientos actuales en el municipio, en cuanto al concepto, tipo de música, decoración, el espacio. Se trata de transmitir más una experiencia que los mismos productos.

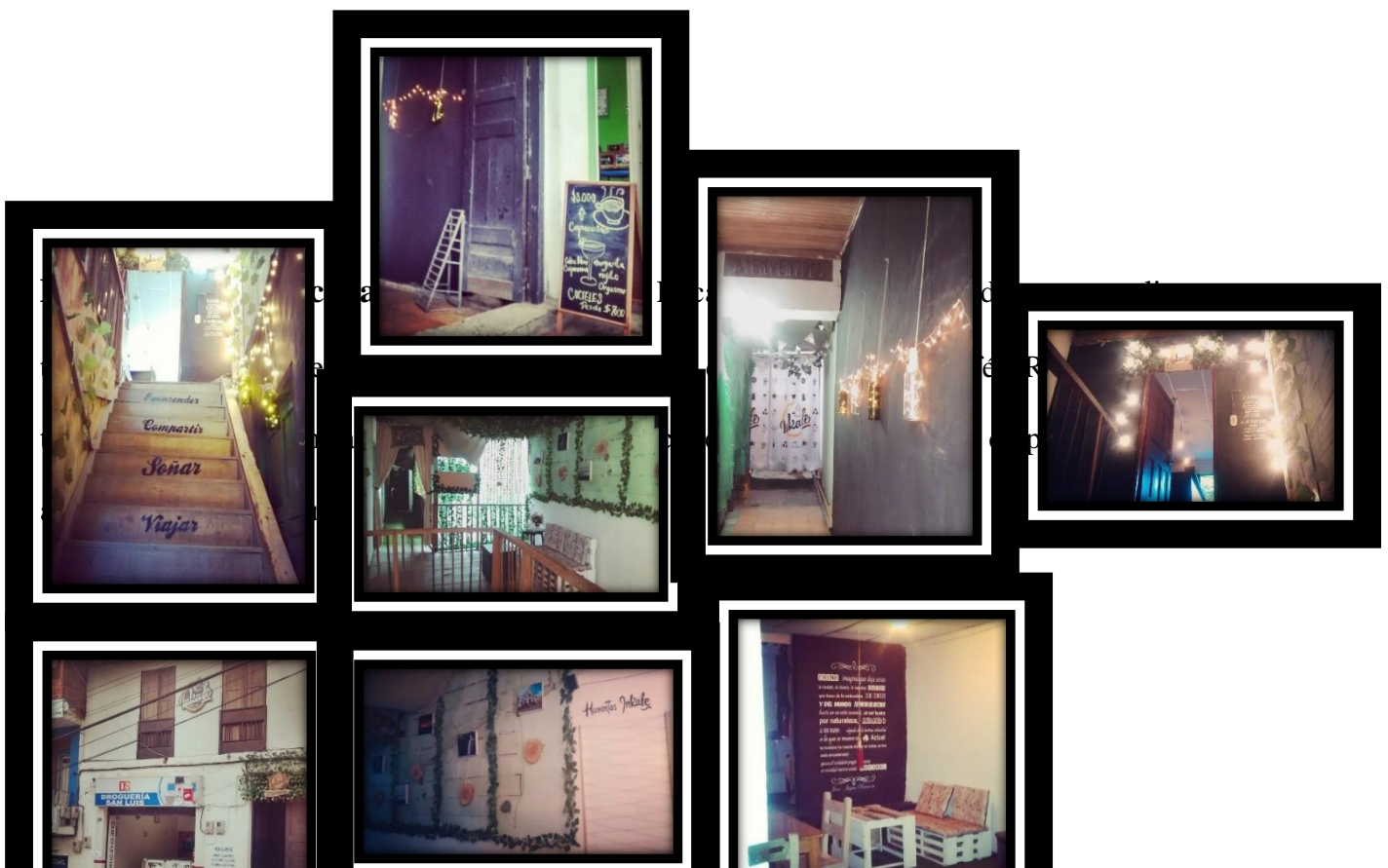
El método de la fijación de precios es sobre el margen que se espera tener que en su mayoría son superiores al 50%, en bebidas y en alimentos el 100%

Proyección de precios. Los precios van en aumento cada año de acuerdo a la inflación, el aumento del **IPC**, las alzas de IVA, e impuestos, que hoy en día representan el

Estrategia Comercial

Canales de comercialización y distribución del producto. Inkafe contara con un local comercial en todo marco de plaza del municipio de San Luis Antioquia, el espacio se desarrollara en una casa vieja, segundo piso. En la Ilustración 11 se presentan unas imágenes del concepto que se espera tener de los espacios del local comercial.

Ilustración 11. Fotografías distribución del local



Ventajas y desventajas de los canales empleados. A continuación se listan las ventajas y desventajas de los distintos canales de comercialización que fueron mencionados anteriormente.

- Ventajas establecimiento comercial como canal empleado:
 - Posicionamiento y Recordación de marca.
 - Fidelización de clientes
 - Servicio más personalizado
 - Transacciones inmediatas.
 - Se vende experiencias.

- Desventajas establecimiento comercial como canal empleado:
 - Costos fijos y administrativos
 - Aumento de egresos por nomina
 - Fácilmente copian ideas sobre concepto y recetas del negocio.

- Ventajas Redes Sociales como canal empleado:

- Reducción de costos
- Publicidad llega a más personas del público objetivo.
- Comodidad para el usuario

- Desventajas Redes Sociales como canal empleado:
 - Complicaciones con los medios de pago
 - Hackers.
 - Pérdida de experiencia.
 - Servicio básico y poco formal.

Almacenamiento. Por tratarse de una variedad de productos alimenticios el almacenamiento se hará de la siguiente manera:

- A todas las materias primas recibidas se debe registrar la fecha en la que fueron recibidos.
- Para los productos que requieren refrigeración, se debe tener en cuenta el almacenamiento por fecha de vencimiento, se colocan en orden de menor fecha a mayor para certificar que los que más rápido se vencen sean estos los que más rápido se gasten.
- La refrigeración debe estar de 4° a 5°C
- Las áreas de almacenamiento deben estar limpias y secas.
- El almacenamiento de las bebidas alcohólicas se deben hacer a parte de los alimentos.

Transporte: Descripción operativa de la trayectoria de comercialización

Inkafe.

La materia prima para la elaboración de los alimentos se comprara en un 80% en el municipio de San Luis, el 20% serán con proveedores que visitan los locales y son provenientes de Rionegro. Y para los cocteles, y cafés estas serán compradas desde Medellín, por lo cual el transporte lo cubriría Inkafe, 2 veces al mes se realizara la compra de estos productos donde se le hace el pedido al proveedor y ya este lo hace llegar a la flota del municipio, Se recibe en la flota de San Luis y se almacenan en la bodega, después se desarrolla el producto y dentro del establecimiento comercial se comercializa el producto final.

Transporte: Descripción operativa de la trayectoria de comercialización de la competencia.

Usan proveedores del mismo municipio, u otros que vienen cada 8 días a surtir desde el municipio de Rionegro.

Publicidad y Promoción.

La promoción se desarrollará dentro del municipio de San Luis a través de los siguientes medios:

- Volantes: el volanteo se realizará para incentivar las ventas en la semana ya que en estos días se conoce que el comportamiento de compra es más bajo, en estos volantes se aplicará unos descuentos de lunes a jueves, y de este modo no solo informaría del sitio si no que sirve como cupón de descuento.

A continuación de muestra un diseño de posible volante. Ver ilustración 12.

Ilustración 12. diseño de volante promocional



Fuente: Elaboración propia

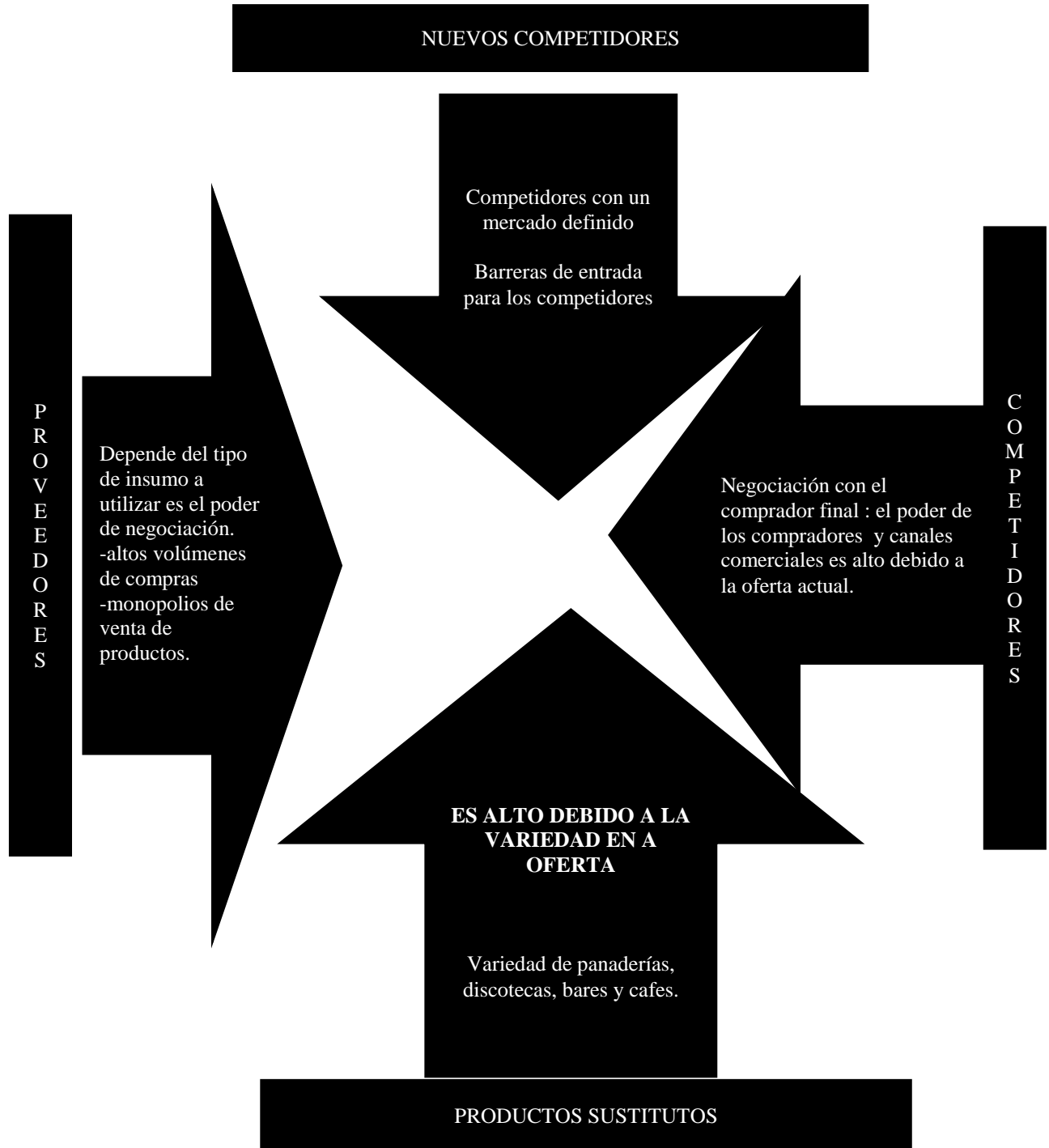
- Alianzas estratégicas: se crearán lazos con los hoteles del marco principal de plaza, y almacenes que en contraprestación se compartirá publicidad

Conclusión General del análisis de mercados.

Teniendo en cuenta las diferentes fuerzas de la industria y las oportunidades del mercado donde habla Kotler y Keller en su libro Marketing management “*las 5 fuerzas competitivas que identifico Michael Porter determinan el atractivo intrínseco a largo plazo de un mercado o segmento, competencia sectorial, competidores potenciales, sustitutos, compradores y proveedores*” (Keller, 2006).

Por lo cual, a manera de conclusión, se desarrolla el modelo del poder de negociación de Inkafe evaluado en la Ilustración 13, donde se muestra que los productos sustitutos tienen un alto poder ya que hay mucha variedad en la oferta, el poder de los proveedores se puede evaluar que no es tan alta ya que los insumos son de fácil acceso en cualquier supermercado y hay muchos proveedores. Competidores actuales y los posibles nuevos que puedan llegar, no tienen unas barreras de entradas definidas por lo que es un poder alto para estas dos variables.

Ilustración 13. Fuerzas competitivas como análisis del sector.



Fuente: Elaboración propia.

Plan de Mercadeo

En la Tabla 6 se presenta el plan de mercadeo para el negocio según el estudio de mercado realizado.

Tabla 6. Plan de mercadeo Inkafe Bar

VARIABLE	ACCIONES	COSTO	DURACIÓN
PRODUCTO	Clase de preparación de cocteles y comidas.	\$500.000	8 días
PRECIO	Estudio de mercados. Diseño de logotipo	\$600.000	15 días
PLAZA	Búsqueda del local comercial. Diseño página web	\$800.000	Anual
PROMOCIÓN	Redes sociales. Material p.o.p Perifoneo	\$450.000	30 días
TOTAL		\$2.350.000	

Fuente: Elaboración Propia

Análisis de la Producción (Aspectos Técnicos)

Producción

Descripción técnica del producto o servicio. Para la realización de los productos se tendrá en cuenta las recetas estándar donde se dará la cantidad exacta de cada ingrediente y el modo de preparación. Para la realización de estos y de esta forma garantizar que el sabor, la textura y la presentación siempre sea la misma aunque sea preparada por diferentes personas. Se dará una descripción de uno de los productos, el café opera como se muestra en la ilustración 14.

Café Opera:

Ilustración 14 fotografía de bebida café Opera



Fuente: Elaboración propia

100 ml de crema de leche

2 gr de café instantáneo

4 cubos de hilo

3 cucharadas de azúcar.

1 bola de helado

1onz de salsa chocolate.

Modo de preparación: se vierte en la licuadora 100ml de crema de leche, con los 2grs de café instantáneo, 4 cubos de hielo, y las 3 cucharadas de azúcar, licua por 2 minutos, en el vaso que se va a servir se le echa 1 onza de salsa de chocolate, y la esparce por el vaso, agrega la mezcla de la licuadora al vaso poco antes de llenar y pone la bola de helado, con un poco de salsa de chocolate.

Cada producto tiene su receta, y medida, de igual forma en el servicio se practicara un protocolo establecido como saludo inicial, despedida formal.

Identificación y selección del proceso de producción. A continuación se describe paso a paso el proceso de producción de los diferentes productos vendidos en Inkafe.

1. El proceso comienza con las compras de insumos y material necesario para la manipulación y transformación de los alimentos, lo cual se hace a los proveedores.
2. Se separan los alimentos por almacenamiento en bodega o congelador.
3. Algunos alimentos se precocen, se porcionan individualmente como las carnes las cuales se tiene un stock para tener un servicio ágil.
4. Cuando el cliente es atendido ya elige su plato y el mesero lleva el pedido a la cocina y el bar para que este empiece su preparación
5. La persona encargada de cocina inicia la creación del plato pedido por el cliente; para esto hacen uso de los diversos materiales y utensilios de cocina, así como de los ingredientes indicados en el plato.
6. Después de que el plato está listo se lleva el cliente.

Inversiones en maquinaria y equipo. En la tabla 7 se relaciona las inversiones requeridas en máquinas y equipos.

Tabla 7. Relación inversiones requeridas en maquinaria y equipo

ITEM	VALOR ESTIMADO
Reformas y mejoras locativas	\$1.600.000
Muebles, silletería	\$2.050.000
Neveras, máquinas de café, licuadora	\$3.800.000
Decoración	\$2.900.000
Computadora y equipo	\$800.000
Utensilios cocina	\$2.200.000
TOTAL	\$13.350.000

Fuente: elaboración propia con base en estudio de mercado.

Descripción de materia prima, insumos y materiales. De acuerdo al grupo de productos que se van a ofrecer están las siguientes:

Bebidas:

Malteadas: combinación de helado con leche larga vida y azúcar.

Gaseosas: productos Coca Cola, Postobon.

Cocteles: mezcla de varios licores.

Cafés: se ofrecerá en preparación frío y caliente, con diferentes mezclas, algunos serán con café tostado y molido y otros con café instantáneo.

Cervezas: el proveedor será Bavaria.

Comidas: todos los insumos se irán comprando de acuerdo a la rotación de inventario para garantizar que estos estén frescos. Lo que son lechuga, tomate, naranjas, manzanas, queso.

Requerimientos de mano de obra (perfiles y funciones). Inicialmente se contrataran 2 personas fijas, otros perfiles se van ajustando de acuerdo a nivel de ventas, y se tendrá en cuenta una persona que estará a cargo del negocio como administrador. Con contrato a término fijo a 1 año.

- Cargo: Administrador.
- Salario: 1.200.000
- Educación: Profesión en áreas administrativas
- Experiencia: Mínimo 2 años de experiencia en administración de punto de venta o restaurantes.
- Competencias: creativo, recursivo, fluidez verbal.
- Funciones: Integrar y coordinar el trabajo del personal, Responsable de tomar decisiones, establecer políticas, y estrategias que afecten a toda la organización, Liderar el equipo de trabajo, Distribuir las funciones del equipo de trabajo, Controlar los presupuestos e inventarios, Llevar un reporte diario de ventas, costos, gastos.

- Cargo: cocinero
 - Salario: 1.100.000
 - Educación: bachiller
 - Experiencia: mínimo de 2 años en elaboración de comidas rápidas en restaurantes.
 - Competencias: ágil, organizado, trabajo en equipo, comunicación asertiva, gusto por la cocina.
 - Funciones: Preparar los menús, Lavar platos, Almacenar los alimentos, Realizar diferentes salsas y recetas, Organización general de la cocina, Realizar pedidos de insumos y materia prima agotada.

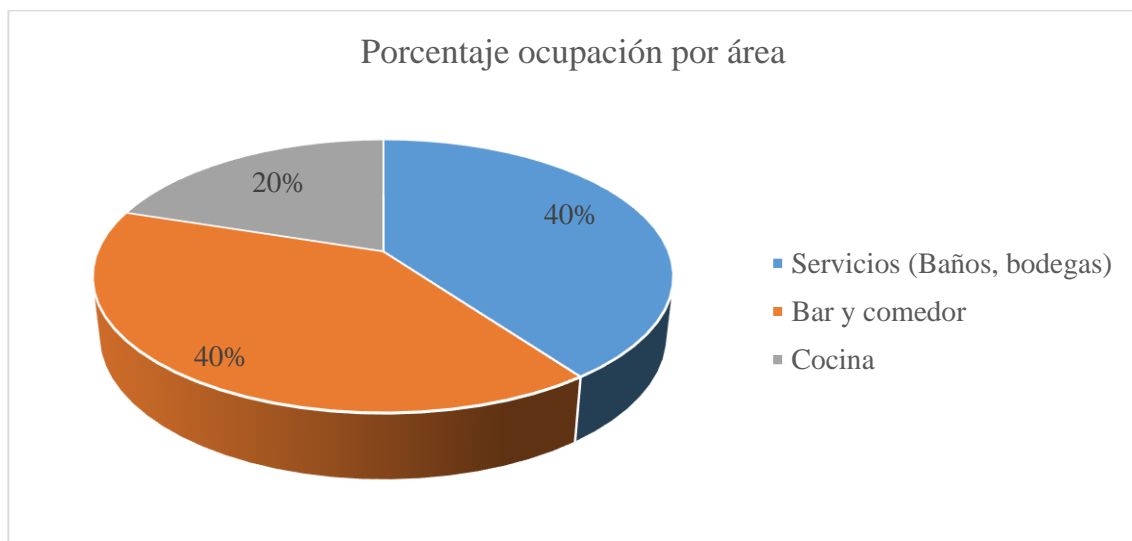
- Cargo: Encargado del bar (generalmente se requiere fin de semana).
 - Salario:720.000
 - Educación: Bachiller
 - Experiencia: mínimo 2 años de experiencia en servicio al cliente en bares, o restaurantes, mesero.
 - Competencias: Carismático, amable, gentil, trabajo en equipo.
 - Funciones: Preparación de todas las bebidas, Atención al cliente, Realizar pedidos de insumos agotados, Organización general del bar.

- Cargo: Mesero (Solo se contrata por prestación de servicios días requeridos)
 - Salario: 35.000 por día requerido

- Educación: Bachiller
- Experiencia: mínimo de dos años como mesero(a).
- Competencias: carismático, trabajo en equipo, buen servicio al cliente, diligente, recursivo.
- Funciones: atención al cliente, Toma de pedidos, Organización y aseo de las mesas.

Distribución espacial y requerimientos de áreas de trabajo. La distribución y la ubicación de todos los espacios del café – bar deberán estar acorde a las normas de higiene y con la funcionalidad de este tipo de establecimiento comercial. La distribución de las áreas para Inkafé puede observarse en el gráfico 12.

Gráfico 12. Distribución según espacio Inkafé



Fuente: elaboración propia.

Para el area de servicios se incluye los baños y la bodega. De acuerdo a los requerimientos de sanidad; los baños son separados por sexo, baño de hombre, baño de mujer con su respectiva señalización, En las bodegas donde se almacena los licores, cervezas y gaseosa, estan separados de los alimentos.

En el area de bar y comedor: se señalizara de acuerdo a la indicaciones de la asesoria de bomberos con la señalización correspondiente como ruta de evacuación se prohibira fumar dentro del establecimiento, tendra luz natural atraves de ventanales y luces calidas, la ventilación se dara a traves de las ventanas y se hara una union entre dos espacios para generar mas ventilación, adicional que se contara con 2 ventiladores en cada sala.

Cocina: area de la cocina se requerira un techo apropiado, meson de aluminio, neveras y congeladores para el almacenamiento en frio. Pisos lavables.

Localización

Factores de Localización. La localización del local se decidió por motivos personales que se realizara en el municipio de San Luis, ya dentro del municipio se tiene en cuenta los siguientes factores: demanda del mercado, transporte y comunicaciones, suministro de servicios básicos, costo del terreno, desarrollo económico de la región, se buscará determinar una localización que maximice la rentabilidad del proyecto

Métodos de evaluación. A continuación se listan los diferentes métodos de evaluación, , los antecedentes comerciales y estudio de mercados, que son lo empleados para este caso.

- Antecedentes comerciales: considerar que en la zona elegida ya esté instalado un establecimiento comercial similar, lo cual indicara que es un lugar adecuado para el proyecto.
- Estudio de mercados: dentro de una investigación de mercado se podrá evaluar las preferencias del mercado objetivo con respecto a la ubicación del local.

Macro localización. La zona seleccionada para el proyecto está ubicada en el Oriente Antioqueño. Entre los Municipios pertenecientes a esta zona se encuentran Granada, San Luis y Cocorná. La decisión de elegir el Municipio de San Luis se debe a que de acuerdo con la información recopilada del estudio en dicho Municipio no existe un negocio con el concepto que se desea desarrollar, lo cual representa una gran oportunidad.

Micro localización. Dentro del municipio se buscar la oportunidad de un local comercial en todo el parque del municipio, ya que este es la fuente de comercio, adicional la mayoría de las personas son católicas por lo cual la iglesia al estar ubicada en todo el parque ayuda posicionar el negocio.

Capacidad de Producción

Factores para la definición del Tamaño óptimo (mercado, tecnología, localización, inversiones, otros). Al ser un proyecto el cual entra al mercado en contra de la

tendencia actual se iniciara con la apertura de 11 mesas para el servicio al público, adicional de acuerdo a la inversión al tamaño del local se define este número.

Metodología para la definición del tamaño. De acuerdo a los servicios que se van a ofrecer el tamaño de producción es relativo a la demanda, cada plato o bebida es preparado a medida que lo van pidiendo, sin embargo se puede aplicar el método de cálculo del área y determinar la cantidad de mesas que se pueden asumir en un momento de máxima carga, para poder tener previsto todos los insumos necesarios para una demanda de estas. Y tener en cuenta la duración del ciclo de servicio para así establecer acciones.

Capacidad de producción óptima. La capacidad de producción óptima está enfocada en poder atender las 11 mesas al mismo tiempo, teniendo en cuenta la rotación de estas. Y el tiempo de estadía del cliente en el establecimiento. El número de meseros se define con el comportamiento de las ventas que se este presentando.

Plan de Producción

El proceso de producción inicia con la compra de materias primas, la recepción de materia prima, almacenamiento, elaboración del producto y venta.

Dentro de plan de producción se tiene en cuenta los proveedores seleccionados, los criterios de selección y la gestión de las existencias.

Objetivo del plan es contar con el aprovisionamiento necesario para suplir con los pedidos en cada día que se preste el servicio.

Entre los proveedores seleccionados se encuentra el supermercado el campesino, su forma de pago es de contado o a crédito, y se realiza el pedido directamente en el supermercado o por teléfono. Otro proveedor es el castellano ubicado en el municipio de rio negro que todos los lunes realizan el pedido y al miércoles llegan al establecimiento también cuentan con pagos de contado o a 8 días los créditos. La gestión de las existencias se separa por alimentos que requieren refrigeración y los que no, se organizan por características y fecha de caducidad.

Hay algunos alimentos que son precocidos, porcionados y almacenados en el congelador, ya cuando el cliente requiere el servicio este se prepara.

Análisis Organizacional y Legal

Procesos Administrativos

Procesos de selección, reclutamiento y manejo de personal. Al ubicarse en un municipio, y por no requerir muchos empleados el proceso de selección se hará mediante la divulgación a través de internet y solicitud de recomendados con personas del sector, la persona encargada de administrar es la que velara por la contratación, capacitación y colocación del personal en los puestos de trabajo. Las actividades que conforman el proceso de selección inicia cuando se divulga la vacante, el reclutamiento se hará por medio de estudios de hojas de vida, la selección se realizará por el cumplimiento de todos los requisitos al ser estudiadas y analizadas. El manejo de personal se hará de una manera directa por parte del empleador, con liderazgo, y colaboración se tendrá en cuenta capacitación constante, retroalimentación de los procesos, y motivación por los logros adquiridos.

Procesos Financieros (contabilidad, pedidos y facturación, otros). El proceso de contabilidad estará a cargo del propietario, el cual se basará en registrar todas las compras de materia prima, reinversiones, ventas, pagos de nómina y demás gastos para así garantizar la exactitud y seguridad de la captación de todos los registros y la información financiera que se lleve a cabo día tras día, de acuerdo con esta información se tomarán decisiones. En la tabla 8 se muestra el formato para el registro de contabilidad.

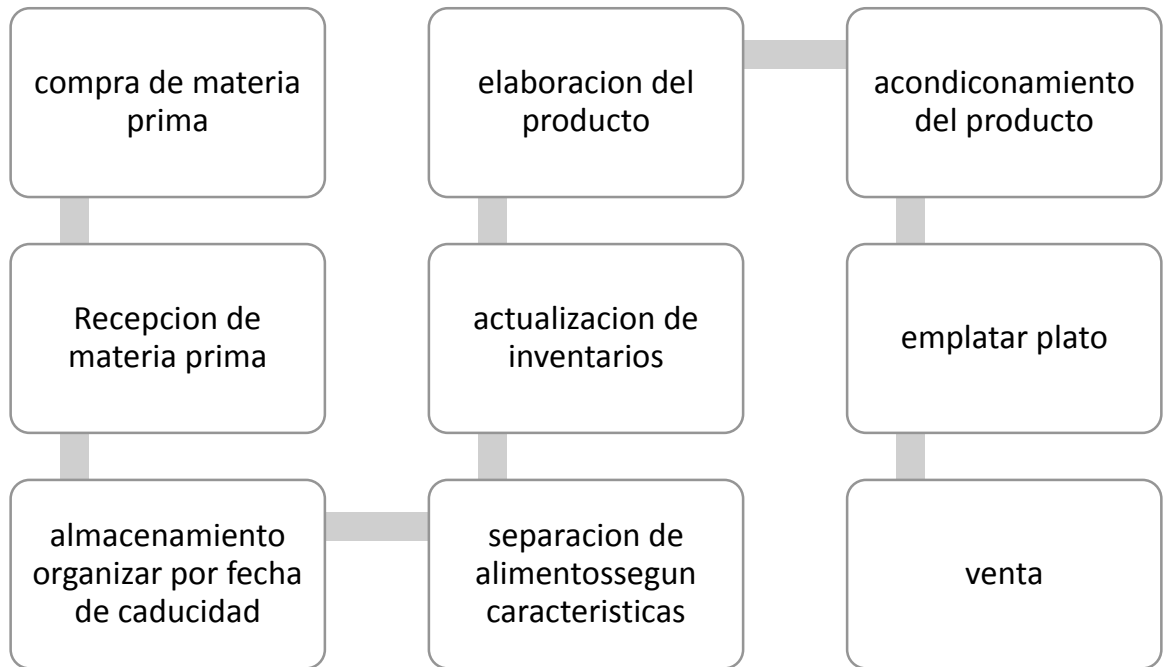
Tabla 8. Formato registro contabilidad

DIA DE SEMANA
INGRESOS
COMPRAS
GASTOS FIJOS
TRANPORTE Y VIATICOS
GASTOS ASEOY PAPELERIA
REINVERSION Y MANTENIMIENTO
NOMINA
TOTAL GASTOS MENSUALES

Fuente: elaboración propia.

Procesos de Logística (almacenamiento, transporte, manejo de inventarios y otros). En la ilustración 15 se presenta en detalle el proceso de logística propuesto para Inkafe.

Ilustración 15. Proceso logístico Inkafe



Fuente: elaboración propia.

En el proceso de logística no se tiene en cuenta el transporte porque todos los proveedores los llevan hasta el establecimiento.

Procesos Propios y Externos. En la tabla 9 se describen los procesos propios y externos.

Tabla 9. Descripción procesos internos y externos

PROCESOS PROPIOS	PROCESOS EXTERNOS
Atención al cliente	Pago de ARL, pensión y salud
Pagos de facturas, inventarios, producción.	Instalación y mantenimiento de equipos e infraestructura.
Compras	
Elaboración de platos	
Contratación y reclutamiento	

Fuente: elaboración propia.

Estructura Organizacional (organigrama). En la Ilustración 16 se presenta la estructura organizacional básica de Inkafe Bar.

Ilustración 16. Estructura organizacional Inkafe



Fuente: elaboración propia.

Requerimientos de Personal (perfiles y funciones). Anteriormente fueron mencionados los perfiles del personal requerido. Específicamente, la persona con el rol de administrador cumple también una función de encargado de barra entre los días de pocas ventas, y en días con mayor afluencia se contratará con uno o dos meseros. El personal de barra ayuda con la preparación y atención al cliente. A continuación se nombra las funciones específicas de cada cargo. El mesero realiza las mismas actividades del servicio al cliente que realiza el personal de la barra.

- Funciones del administrador. Objetivo: Garantizar que las funciones de todo el equipo de trabajo se cumplan y ayuden al cumplimiento de los objetivos comerciales.
 - Realizar las compras y Llevar registro de estas y gastos
 - Realizar todas las compras, pagos e inventarios del negocio.
 - Buscar estrategias para mejorar las ventas y fidelizar los clientes.
 - Capacitar permanentemente al personal
 - Reclutar personal
 - Control de inventarios
 - Pago de facturas y nóminas.

En días de poca afluencia de público que suelen ser días entre semana de lunes a viernes, el administrador asumirá cargo de encargado de barra.

- Funciones del personal de la barra. Objetivo: Garantizar que las labores de la barra sean ágiles y oportunas para generar una experiencia especial en el servicio al cliente.

- Limpiar mesas antes de iniciar jornada.
- Aseo de mesas, aspirar o recoger basuras
- Apertura de local Máximo 4 y media de la tarde abrir.
- Mantener hielo disponible. (fin de semana más).
- Traer locería de la cocina al iniciar jornada, después informar a la compañera de la cocina para que le esté trayendo la locería limpia y seca.
- Pendiente de inventario en neveras de cerveza gaseosas, y licores que haya buena disponibilidad fría. Cuando se empiece a vender ir retranqueando.
- Informar cuando este bajo el inventario de los productos usados en barra.
- Montar y desmontar decoración de cumpleaños o fechas especiales.
- Pendiente de que en la caja tenga suficiente moneda para devolver.
- Pendiente de pilas lámparas, cargadas.
- Al iniciar jornada los frascos de azúcar, sal, crema de leche, leche al clima disponible en barra.
- Que los tarros de limón estén llenos al iniciar jornada, para micheladas y cocteles.
- Servilletas bien dobladas en servilleteros.
- Pendiente de que la música no se acabe.

- En los días de poca afluencia de público, colaborar con aseo general en barra, sacudir estanterías, sacar telarañas, aspirar bien el lugar, lavar hielera, congeladores y neveras.
- Después de terminar jornada y hacer cierre enviar reporte ventas por WhatsApp administrador cuando esté en su día de descanso.

Otras funciones relacionadas con el servicio al cliente por parte del personal de la barra son:

- Saludar todos los clientes que lleguen al negocio, con Buenas tardes, buenas noches bienvenidos a Inkafe.
- Al cliente llamarlo por su nombre, de lo contrarios, señor o señora.
- entregar carta apenas se ubique el cliente.
- Pasado máximo 2 minutos hacer pedido.
- Se informa a cocina: en cuaderno escribir los despachos que se requieren.
- Sacar bebidas gaseosas y cervezas primero, luego las que requieren preparación
- Si no hay muchos clientes atendiendo al mismo tiempo, estar pendiente de despacho en cocina. De lo contrario cocina va a barra a llevar el servicio.
- Tener cuenta totalizada para cuando el cliente se retire.
- Recoger y Limpiar las mesas cada vez que cliente se vaya.
- Si el cliente pide música pasarle un cuaderno y lapicero para que escriba la canción, se le pone después de terminar despachos.
- Despedirse del cliente “Gracias por su vista” lo esperamos nuevamente.

- Si los despachos se están demorando por alguna razón, acercese al cliente y explicarle la situación, se autoriza ofrecerle un pequeño snack (papas con salsa). Y escribirlo en las facturas para llevar un control.

- Funciones del personal de la cocina. Objetivo: Garantizar que las labores de la cocina sean ágiles y oportunas para generar una experiencia especial en el servicio al cliente.

- Aseo general en cocina.

- Verificar que al iniciar la jornada haya suficiente existencias de salsas, guacamoles y tortillas de creps, la cantidad depende del día de la semana. cantidad moderada. Pero suficiente.

- Los alimentos que se porcionan como tomate, jamón, lechuga, queso, estén en recipientes bien tapados, y con suficiente cantidad.

- Mantener agua hervida, y fría.

- Pendiente de los inventarios para informar finalizando jornada, y de los productos que son traídos de Medellín informar con más días de anticipación.

- Exprimir limón.

- A medida que va llegando la locería, lavar y secar y llevar hacia adelante, especialmente los que sabemos que hay menor cantidad (vasos mojitos, copas de vino y shot)

- Las canastas de cerveza y gaseosas organizarlas, separarlas por marcas y llevarlas a bodega.

- Media hora antes de cerrar, empezar a organizar la cocina, lavar, y secar.
 - Después de iniciada la jornada cuando se terminen las salsas de adelante retanquear como lo es el arequipe, yerbabuena y la lecherita.
 - En el trascurso de la prestación de servicio, estar pendiente de la disponibilidad del papel higiénico, que haya siempre, y que el baño este limpio.
 - Estar pendiente de la disponibilidad de salsas, carnes, y demás inventario, ayudarse con la lista de chek list de productos.
 - Mantener adelante los cubiertos envueltos en servilletas.
 - Los creps deben ir envueltos individualmente en papel vinipel.
 - Cuando haya poco trabajo en cocina ayudar en barra y atención al cliente.
 - En los días de poca afluencia de público, colaborar con la limpieza general de la cocina, lavar fogón, lavar neveras, microondas, y el mesón.
 - Preparar la comida para sus compañeras.
 - Evacuar en los despachos, los nachos y montaditos primero.
- Funciones compartidas:
 - El aseo: la que barra y trapee, lava traperas y la otra limpia, baño, orinal y lavamanos.
 - La última en usar traperas en la noche lava traperas.
 - Sacar basuras.
 - Apertura es a las 4 y media por tardar y se saca el tablero.
 - Recoger trapos sucios

- **IMPORTANTE:** separación de las basuras para reciclaje.
- Los días domingo y jueves bajar basura al primer piso.
- El espacio para la comida de los empleados en los fines de semana, sacarlo temprano antes de que lleguen los clientes.

Requerimientos de materiales. Los requerimientos de materiales de acuerdo a la carta se dividen en cafés, comidas, cocteles, bebidas y para cada uno existe un proveedor se presentan en la Tabla 10.

Tabla 10. Relación materiales requeridos

Materiales o materia prima	Proveedor
Verduras y café	Supermercado campesino
Cárnicos y lácteos	El castellano
Licores	Makro y FLA
Bebidas	Bavaria, coca cola, Postobon
Material de aseo y empaque	El castellano

Fuente: Elaboración Propia

Requerimientos de tecnología. La tecnología requerida para el negocio son los equipos que se requieren para el almacenamiento adecuado de los productos y preparación de los mismos son presentados en la Tabla 11

Tabla 11. Relación requerimientos tecnológicos Inkafe

TECNOLOGIA	COSTO
2 neveras de segunda	600000
Computador lenovo	800000
Teatro en casa	250000
Refrigerador	1000000
Maquina primalate Oster	545000
Sanduchera	100000
2 microondas de segunda	200000
2 licuadora frappeadoras	200000
Hielera	380000
TOTAL	4.075.000

Fuente: elaboración propia

Requerimientos locativos e infraestructura. De acuerdo al local elegido se tendrá asignado un porcentaje para decoración y mejoras del local (Tabla 12).

Tabla 12. Relación requerimientos locativos e infraestructura Inkafe

INVERSION DE INFRAESTRUCTURA	INVERSIÓN
Adecuaciones y mejoras locativas	1.600.000
Dotaciones (muebles y enseres)	2.050.000
Total inversión	3.650.000

Fuente: Elaboración propia.

Aspectos Legales

Tipo de organización empresarial. Como Inkafe no cuenta con muchos recursos, se va crear la empresa como persona natural en el régimen simplificado, es la mejor opción ya que así no se tendrá que desplegar estructuras jurídicas, ni de administración complejas.

Documentación necesaria para la operación de la empresa. Los trámites y documentos que se deben tener en cuenta para que Inkafe este formalmente constituido y pueda operar de manera legal están:

- La revisión de uso de suelos por parte de planeación municipal
- Certificado de bomberos
- Superintendencia de industria y comercio y avisos bimensual en el municipio de San Luis.
- Pago de impuesto de registro en cámara de comercio del oriente antioqueño. Anual.
- Inscripción ante la DIAN para obtener el RUT

- Pago de Sayco y Acinpro.
- Aprobación de Sanidad.

Otros aspectos legales con los empleados esta la afiliación a una entidad promotora de Salud, ARL y pensiones. (Cámara de Comercio de Medellín, 2016)

Costos asociados con asuntos legales. En la Tabla 13 se presenta el balance de los diferentes costos relativos a cuestiones legales.

Tabla 13. Costos legales constitución Inkafe Bar

Asunto legal	Costo
Cámara y comercio	235.000 ANUAL
Industria y comercio	30.000 BIMENSUAL
Adecuación bombero extintores señalización	150.000

Fuente: elaboración propia.

Análisis Financiero

Estructura Financiera del Proyecto

El proyecto se financiara con recursos propios y otra parte con recursos crédito financiero, el crédito tendrá una duración de 5 años, con una tasa fija mensual.

Recursos Propios

Se cuenta con 7 millones como presupuesto inicial y algunos muebles y enseres que pueden ser útiles en el negocio.

Créditos y Préstamos Bancarios

La entidad elegida para crédito bancario es Bancolombia ya que se cuenta con un beneficio de tasa E.A por la línea de libre inversión, al ya ser clienta de la entidad, se cotizó con entidades que apoya a los microempresarios como es interactuar y bancamia, pero la tasa de interés supera hasta el 3,5% E.A

Monto a financiar: \$ 7.150.000

Institución posible: Bancolombia.

Tasa Efectiva Anual: 19%

Tiempo: 5 años

Modo de pago: Cuota fija mensual.

Calendario de Ingresos del Proyecto

El calendario de ingreso del proyecto se proyecta para 5 años; En el siguiente cuadro se pueden apreciar los totales por años, se proyecta sobre un nivel de ventas esperado para cada uno de los productos y un precio de venta real ,se espera que la participación en las unidades vendidas crezca en un 5% para el 2018, un 15% para el 2019 y el 2020 y para el 2021 un 10% , el crecimiento que se espera son por las estrategia de mercadeo y para el factor incremento de precio se proyectan crecimientos iguales IPC correspondiente a cada año (Tabla 14).

Tabla 14. Calendario ingresos Inkafe Bar

INGRESOS OPERATIVOS (Producto o servicio)		AÑO 1 2017	AÑO 2 2018	AÑO 3 2019	AÑO 4 2020	AÑO 5 2021
FACTOR CRECIMIENTO UNIDADES			5,00%	15,00%	15,00%	10,00%
FACTOR INCREMENTO PRECIOS			5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
BEBIDAS	Cantidades	8.604	9.034	10.389	11.948	13.143
	Precio unitario	4.500	4.725	4.961	5.209	5.470
		38.718.000	42.686.595	51.544.063	62.239.457	71.886.572
COMIDAS	Cantidades	3.492	3.667	4.217	4.849	5.334
	Precio unitario	9.000	9.450	9.923	10.419	10.940
		31.428.000	34.649.370	41.839.114	50.520.730	58.351.444
CAFES	Cantidades	4.536	4.763	5.477	6.299	6.929
	Precio unitario	3.000	3.150	3.308	3.473	3.647
		13.608.000	15.002.820	18.115.905	21.874.955	25.265.574
TOTAL INGRESOS PROYECTADOS		83.754.000	92.338.785	111.499.083	134.635.143	155.503.590

Fuente: elaboración propia.

Inversiones del Proyecto

Inversiones en Activos Fijos. La inversión de activos fijos se orienta hacia la dotación del establecimiento, los implementos necesarios para el acondicionamiento del mismo, en el siguiente cuadro se detallan cada ítem con los valores de inversión requeridos en activos fijos. El cual en su totalidad es de 7.725.000 ver en (Tabla 15).

Tabla 15. Inversiones requeridas en activos fijo

ACTIVOS FIJOS**MUEBLES, ENSERES Y EQ. OFICINA**

	VALOR
muebles y silleteria	2.050.000
mejoras locativas	1.600.000
Decoracion	2.900.000
utensilios de cocina	2.200.000
0	0

8.750.000

Vida útil años 5

Vr. Salvament 0

Dep. Anual 1.750.000

MAQUINARIA Y EQUIPO

2 neveras de segunda	600.000
teatro en casa	250.000
refrigerador	1.000.000
maquina primalate cafetera oster	545.000
sanduchera	100.000
2 microondas de segunda	200.000
2 licuadoras	200.000
hielera	380.000

3.275.000

Vida útil años 5

Vr. Salvament 0

Dep. Anual 655.000

EQUIPO DE COMPUTO

computador lenovo	800.000
0	0
0	0

800.000

Vida útil años 5

Dep. Anual 160.000

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Total activos fijos invertidos	12.825.000					
TOTAL INVERSIÓN	12.825.000	0	0	0	0	0
TOTAL DEPRECIACIÓN		2.565.000	2.565.000	2.565.000	2.565.000	2.565.000

Fuente: elaboración propia.

Inversiones en Gastos Pre-operativos. Dentro de los gastos pre - operativos se considera los gastos mencionados en legalización del negocio contemplando a constitución de la empresa en industria comercio ver en tabla 16

Tabla 16. Inversiones gastos pre-operativos

Inversión pre-operativa	Inversión
Industria y comercio	\$235.000
TOTAL	\$235.000

Fuente: elaboración propia.

Inversiones en Capital de Trabajo. El capital de trabajo inicial para la compra de insumos es de 2.400.000, está contemplado en bebidas, comidas y café bajo la metodología de inventario fijo mensual donde cada mes se espera una ampliación de acuerdo con el nivel de ventas y lanzamiento de nuevos productos (Tabla 17)

Tabla 17. Capital de trabajo requerido por año

CAPITAL DE TRABAJO		2017	2018	2019	2020	2021
Meses de capital de trabajo al inicio	1	3.825.016				
Días de existencia de inventarios	0	0				
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		3.825.016				

Fuente: Elaboración propia.

Calendario de inversiones. De acuerdo con la planeación financiera, el calendario para realizar las inversiones requeridas en su totalidad es de \$ 16.650.016

Costos y Gastos

Costos variables. Los costos variables entendidos como el costo de la materia prima de la producción se estiman en la siguiente tabla de acuerdo a las proyecciones de venta para cada año. (Tabla 18)

Tabla 18. costos variables

COSTOS VARIABLES		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		2017	2018	2019	2020	2021
FACTOR INCR. COSTO VBLE			5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
BEBIDAS	Cantidades	8.604	9.034	10.389	11.948	13.143
	Costo unitario	2.250	2.363	2.481	2.605	2.735
		19.359.000	21.343.298	25.772.032	31.119.728	35.943.286
COMIDAS	Cantidades	3.492	3.667	4.217	4.849	5.334
	Costo unitario	4.000	4.200	4.410	4.631	4.862
		13.968.000	15.399.720	18.595.162	22.453.658	25.933.975
CAFES	Cantidades	4.536	4.763	5.477	6.299	6.929
	Costo unitario	1.000	1.050	1.103	1.158	1.216
		4.536.000	5.000.940	6.038.635	7.291.652	8.421.858
TOTAL COSTOS VARIABLES		37.863.000	41.743.958	50.405.829	60.865.038	70.299.119

Fuente: Elaboración propia

Costos fijos. Los costos fijos incluyen arriendo, servicios públicos, se muestran a continuación en la Tabla 19

Tabla 19 Costos fijos

COSTOS FIJOS		2017	2018	2019	2020	2021
FACTOR INCREMENTO COSTOS F			5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
	Valor mes					
Arrendamiento	280.000	3.360.000	3.528.000	3.704.400	3.889.620	4.084.101
Servicios Publicos	300.000	3.600.000	3.780.000	3.969.000	4.167.450	4.375.823
Gas	25.000	300.000	315.000	330.750	347.288	364.652
Aseo	100.000	1.200.000	1.260.000	1.323.000	1.389.150	1.458.608
TOTAL COSTOS FIJOS		8.460.000	8.883.000	9.327.150	9.793.508	10.283.183

Fuente: Elaboración Propia

Gastos Administrativos y Legales. Estos gastos corresponde a salarios e impuestos gastos de publicidad el cual se discrimina para cada año en al siguiente tabla.(Tabla 20)

Tabla 20. Gastos Administrativos y legales.

GASTOS ADMON Y LEGALES		2017	2018	2019	2020	2021
FACTOR INCREMENTO GASTOS	Valor mes		5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
Gastos de Papelería	50.000	600.000	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0
SUBTOTAL ADMON Y LEGALES		600.000	0	0	0	0
Gasto por depreciación		2.565.000	2.565.000	2.565.000	2.565.000	2.565.000
Gasto por amortización		0	0	0	0	0
Gasto por impuestos		188	1.040	1.162	1.398	1.669
Gasto por publicidad		600.000	1.000.000	1.000.000	1.300.000	1.300.000
Gasto por salarios		36.240.000	38.052.000	39.954.600	41.952.330	44.049.947
TOTAL GASTOS ADMON Y LEGALES		40.005.188	41.618.040	43.520.762	45.818.728	47.916.615
SALARIOS		2017	2018	2019	2020	2021
FACTOR INCREMENTO SALARIOS	Valor mes		5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
encargada cocina	1.100.000	13.200.000	13.860.000	14.553.000	15.280.650	16.044.683
mesera sabatina	720.000	8.640.000	9.072.000	9.525.600	10.001.880	10.501.974
administradora	1.200.000	14.400.000	15.120.000	15.876.000	16.669.800	17.503.290
TOTAL NOMINA		36.240.000	38.052.000	39.954.600	41.952.330	44.049.947

Fuente: Elaboración Propia

Gastos de ventas. Los gastos en ventas para el proyecto Inkafe corresponden aquellos que están relacionados con comunicaciones y eventos para las estrategias de mercadeo con el cual se estima para cada año la siguiente inversión. (ver en tabla 21)

Tabla 21 gastos de ventas

ESTRATEGIAS DE MERCADEO	AÑO 1 2017	AÑO 2 2018	AÑO 3 2019	AÑO 4 2020	AÑO 5 2021
Comunicacines y Eventos	600.000	1.000.000	1.000.000	1.300.000	1.300.000
TOTAL COSTOS ESTRATEGIAS	600.000	1.000.000	1.000.000	1.300.000	1.300.000

Fuente: Elaboración propia

Gastos de distribución: Para el proyecto no se asumen gastos de distribución, ya que en los procesos relacionados con este requerimiento, ya están mencionados en los gastos fijos debido a que la distribución se realiza directamente desde el punto de venta .

Gastos financieros. A continuación se presenta la proyección de gastos financieros anual a 5 años, con las condiciones del crédito en la tabla 22.

Tabla 22. gastos financieros -plan de amortización crédito-

inkafe café bar	
PLAN DE AMORTIZACIÓN	
VALOR PRESTAMO	7.150.016
PLAZO	60
TASA	1,877%
CUOTA MES	199.608

CUOTA	INICIAL	INTERES	CAPITAL
año 1		1.524.091	871.206
Año 2		1.306.290	1.089.008
Año 3		1.034.038	1.361.260
Año 4		693.723	1.701.574
Año 5		268.330	2.126.968

Fuente: Elaboración Propia

Calendario de Costos y Gastos del Proyecto. El calendario de costos y gastos del proyecto Inkafe se proyecta a 5 años, a continuación se relacionan la proyección de costos y gastos, incluyendo el costo de la deuda y depreciaciones. Para cada año, se suponen incrementos similares al IPC proyectado como es de esperar los costos varían de acuerdo al nivel de ventas. ver (Tabla 23)

Tabla 23 calendario de costos y gastos del proyecto.

	2017	2018	2019	2020	2021
Costos variables	37.863.000	41.743.958	50.405.829	60.865.038	70.299.119
Costos fijos	8.460.000	8.883.000	9.327.150	9.793.508	10.283.183
Arrendamiento	3.360.000	3.528.000	3.704.400	3.889.620	4.084.101
Servicios Publicos	3.600.000	3.780.000	3.969.000	4.167.450	4.375.823
Gas	300.000	315.000	330.750	347.288	364.652
Aseo	1.200.000	1.260.000	1.323.000	1.389.150	1.458.608
TOTAL COSTOS	46.323.000	50.626.958	59.732.979	70.658.546	80.582.302
Gastos administrativos y legales	40.005.188	41.618.040	43.520.762	45.818.728	47.916.615
Gastos de Papeleria	600.000	0	0	0	0
Gasto por depreciación	2.565.000	2.565.000	2.565.000	2.565.000	2.565.000
Gasto por amortización	0	0	0	0	0
Gasto por impuestos	188	1.040	1.162	1.398	1.669
Gasto por publicidad	600.000	1.000.000	1.000.000	1.300.000	1.300.000
Gasto por salarios	36.240.000	38.052.000	39.954.600	41.952.330	44.049.947
Gastos financieros	1.524.091	1.306.290	1.034.038	693.723	268.330
TOTAL GASTOS	41.529.279	42.924.330	44.554.800	46.512.451	48.184.945
TOTAL EGRESOS	87.852.279	93.551.288	104.287.779	117.170.996	128.767.247

Fuente: Elaboración Propia

Flujo de Caja: El flujo de caja del proyecto se muestra en la tabla 24.

Tabla 24. Flujo de caja del proyecto

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO					
Concepto	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas	83.754.000	92.338.785	111.499.083	134.635.143	155.503.590
Costos	46.323.000	50.626.958	59.732.979	70.658.546	80.582.302
Gastos operativos	40.005.188	41.618.040	43.520.762	45.818.728	47.916.615
Utilidad operativa	-2.574.188	93.787	8.245.342	18.157.869	27.004.673
Impuesto de renta operativo		-875.224	31.888	2.803.416	6.173.676
Beneficio fiscal financiero		875.224	-31.888	-351.573	-235.866
Utilidad operativa despues de impuestos	-2.574.188	93.787	8.245.342	15.706.026	21.066.863
Depreciación y amortización	2.565.000	2.565.000	2,565.000	2,565.000	2,565.000
Flujo de caja bruto operativo	10.660.911	-9.188	2.658.787	10.810.342	23.631.863

Fuente: Elaboración propia

Estados Financieros Proyectados

Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado. Finalizando el año de apertura de Inkafe., se proyecta un balance negativo de \$- 4,098,279, para el tercer año se presume una utilidad neta de \$ 4,759,461, y finalizando el quinto año de funcionamiento se espera alcanzar una utilidad neta de \$ 17,645,986 , como se muestra en la tabla 25.

Tabla 25 Estado de Pérdidas y ganancias proyectados.

ESTADO DE RESULTADOS					
Concepto	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas	83.754.000	92.338.785	111.499.083	134.635.143	155.503.590
Costos	46.323.000	50.626.958	59.732.979	70.658.546	80.582.302
Utilidad Bruta	37.431.000	41.711.828	51.766.104	63.976.597	74.921.288
Gastos operativos	40.005.188	41.618.040	43.520.762	45.818.728	47.916.615
Utilidad antes impuestos e intereses	-2.574.188	93.787	8.245.342	18.157.869	27.004.673
Gastos financieros	1.524.091	1.306.290	1.034.038	693.723	268.330
Ingresos financieros	0	0	0	0	0
Utilidad antes de impuestos	-4.098.279	-1.212.503	7.211.304	17.464.146	26.736.343
Impuestos	0	0	2.451.843	5.937.810	9.090.357
Utilidad neta	-4.098.279	-1.212.503	4.759.461	11.526.336	17.645.986

Fuente: Elaboración Propia.

Balance General Proyectado. La proyección del balance general para Inkafé se desarrolla en la tabla 26.

Tabla 26 balance general proyectado

BALANCE GENERAL						
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Activos corrientes						
Disponible	3.825.016	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000
Inversiones temporales		79.130	256.377	8.478.935	24.122.237	45.149.156
Deudores (cuentas por cobrar)		0	0	0	0	0
Inventarios	0	1.577.625	1.739.332	2.100.243	2.536.043	2.929.130
Otros activos						
Total activo corriente	3.825.016	2.156.755	2.495.708	11.079.178	27.158.280	48.578.286
Activos de largo plazo						
Muebles y enseres	8.750.000	8.750.000	8.750.000	8.750.000	8.750.000	8.750.000
Maquinaria y equipo	3.275.000	3.275.000	3.275.000	3.275.000	3.275.000	3.275.000
Vehículos	0	0	0	0	0	0
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Edificaciones	0	0	0	0	0	0
Equipo de computación	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000
Depreciación acumulada	0	(2.565.000)	(5.130.000)	(7.695.000)	(10.260.000)	(12.825.000)
Software e intangibles	0	0	0	0	0	0
Amortización acumulada	0	0	0	0	0	0
Total activos no corrientes	12.825.000	10.260.000	7.695.000	5.130.000	2.565.000	0
Total activos	16.650.016	12.416.755	10.190.708	16.209.178	29.723.280	48.578.286
Pasivos corrientes						
Proveedores	0	736.225	811.688	980.113	1.183.487	1.366.927
Impuesto por pagar		0	0	2.451.843	5.937.810	9.090.357
Obligaciones financieras corrientes	871.206	1.089.008	1.361.260	1.701.574	2.126.968	0
Total pasivos corrientes	871.206	1.825.233	2.172.948	5.133.531	9.248.265	10.457.284
Pasivos no corrientes						
Obligaciones financieras no corrientes	6.278.810	5.189.802	3.828.542	2.126.968	(0)	(0)
Total pasivos no corrientes	6.278.810	5.189.802	3.828.542	2.126.968	(0)	(0)
Total pasivos	7.150.016	7.015.035	6.001.490	7.260.499	9.248.265	10.457.284
Patrimonio						
Capital	9.500.000	9.500.000	9.500.000	9.500.000	9.500.000	9.500.000
Reserva Legal	0	0	0	(121.250)	354.696	1.507.329
Utilidades retenidas	0	0	(4.098.279)	(5.189.531)	(906.017)	9.467.686
Utilidad del periodo	0	(4.098.279)	(1.212.503)	4.759.461	11.526.336	17.645.986
Total patrimonio	9.500.000	5.401.721	4.189.218	8.948.679	20.475.015	38.121.002
Total pasivo y patrimonio	16.650.016	12.416.755	10.190.708	16.209.178	29.723.280	48.578.286

Fuente: Elaboración propia

Evaluación del Proyecto

Costo del Capital (Tasa de Descuento)

Para el caso de Inkafe la tasa de descuento está en 14,70 % lo que quiere decir que se debe exigir una tasa de rentabilidad mínima de este valor sobre todas sus inversiones, como se muestra en a tabla 27.

Tabla 27 COSTO DEL CAPITAL (Tasa de descuento)

COSTO PROMEDIO PONDERADO DE LOS RECURSOS (WACC)						
	2017	2018	2019	2020	2021	CP
Proveedores	736.225	811.688	980.113	1.183.487	1.366.927	Tasa 0%
Impuesto por pagar	0	0	2.451.843	5.937.810	9.090.357	Tasa 0%
Obligaciones financieras corrientes	1.089.008	1.361.260	1.701.574	2.126.968	0	Tasa 16,50%
Obligaciones financieras no corrien	5.189.802	3.828.542	2.126.968	0	0	Tasa 16,50%
Patrimonio	5.401.721	4.189.218	8.948.679	20.475.015	38.121.002	Tasa 18,00%
Total pasivo y patrimonio	12.416.755	10.190.708	16.209.178	29.723.280	48.578.286	
Participación						
Proveedores	5,93%	7,96%	6,05%	3,98%	2,81%	
Impuesto por pagar	0,00%	0,00%	15,13%	19,98%	18,71%	
Obligaciones financieras corrientes	8,77%	13,36%	10,50%	7,16%	0,00%	
Obligaciones financieras no corrien	41,80%	37,57%	13,12%	0,00%	0,00%	
Patrimonio	43,50%	41,11%	55,21%	68,89%	78,47%	
Costo promedio ponderado	16,17%	15,80%	13,83%	13,58%	14,13%	14,70%

Fuente: elaboración propia

Evaluación Financiera

Valor Presente Neto. De acuerdo a los datos arrojados VPN positivo se asume la viabilidad del proyecto según los supuestos financieros.

VPN DEL PROYECTO	14.983.071
-------------------------	-------------------

Tasa Interna de Retorno (TIR). Con el resultado de una TIR positiva, de dos dígitos, se asume que el proyecto tendrá viabilidad.

TIR DEL PROYECTO	34,93%
-------------------------	---------------

Índices Financieros. Se exponen los siguientes indicadores financieros para el proyecto Inkafe. Ver tabla 28

Tabla 28 Indicadores financieros.

INDICADORES FINANCIEROS DE LIQUIDEZ Y ACTIVIDAD						
LIQUIDEZ	FORMULA DE CALCULO	2017	2018	2019	2020	2021
RAZON CORRIENTE	$\frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$	1,18	1,15	2,16	2,94	4,65
SOLIDEZ	$\frac{\text{ACTIVO TOTAL}}{\text{PASIVO TOTAL}}$	1,77	1,70	2,23	3,21	4,65
CAPITAL DE TRABAJO	ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CTE	331.523	322.761	5.945.647	17.910.015	38.121.002

INDICADORES DE RENTABILIDAD						
INDICADORES DE RENTABILIDAD	FORMULA DE CALCULO	2017	2018	2019	2020	2021
MARGEN BRUTO	$\frac{\text{RESULTADO BRUTO}}{\text{VENTAS}}$	45%	45%	46%	48%	48%
MARGEN OPERACIONAL	$\frac{\text{RESULTADO OPERACIONAL}}{\text{VENTAS}}$	-3%	0%	7%	13%	17%
MARGEN NETO DE UTILIDAD	$\frac{\text{RESULTADO DEL EJERCICIO}}{\text{VENTAS}}$	-5%	-1%	4%	9%	11%
RENDIMIENTO DEL PATRIMONIO	$\frac{\text{RESULTADO DEL EJERCICIO}}{\text{PATRIMONIO}}$	-76%	-29%	53%	56%	46%
RENDIMIENTO DEL ACTIVO	$\frac{\text{RESULTADO DEL EJERCICIO}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$	-25%	-10%	47%	71%	59%

INDICADORES FINANCIEROS DE ENDEUDAMIENTO						
ENDEUDAMIENTO	FORMULA DE CALCULO	2017	2018	2019	2020	2021
INDICE DE ENDEUDAMIENTO	$\frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$	56,50%	58,89%	44,78%	31,11%	21,53%
ENDEUDAMIENTO A CORTO PLAZO	$\frac{\text{PASIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO TOTAL (o Activo Total)}}$	26,02%	36,21%	70,70%	100,00%	100,00%
PATRIMONIO A PASIVOS	$\frac{\text{PATRIMONIO}}{\text{PASIVO TOTAL}}$	0,77	0,70	1,23	2,21	3,65

Fuente: Elaboración propia

Análisis de sensibilidad y riesgo. Se realiza un análisis de sensibilidad sobre una de las variables más significativas del modelo, el factor crecimiento en unidades, variando el porcentaje de esta para el 2018 disminuyéndolo en un 3% y para los demás años un 5%, se puede apreciar que el modelo pese a las variaciones en estos ingresos no representan valores presentes neto negativos.

Tabla 29 Sensibilidad y riesgo del proyecto

INGRESOS OPERATIVOS (Producto o servicio)		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		2017	2018	2019	2020	2021
FACTOR CRECIMIENTO UNIDADES			2,00%	10,00%	10,00%	5,00%
FACTOR INCREMENTO PRECIOS			5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
BEBIDAS	Cantidades	8.604	8.776	9.654	10.619	11.150
	Precio unitario	4.500	4.725	4.961	5.209	5.470
		38.718.000	41.466.978	47.894.360	55.317.985	60.988.079
COMIDAS	Cantidades	3.492	3.562	3.918	4.310	4.525
	Precio unitario	9.000	9.450	9.923	10.419	10.940
		31.428.000	33.659.388	38.876.593	44.902.465	49.504.968
CAFES	Cantidades	4.536	4.627	5.089	5.598	5.878
	Precio unitario	3.000	3.150	3.308	3.473	3.647
		13.608.000	14.574.168	16.833.164	19.442.304	21.435.141
TOTAL INGRESOS PROYECTADOS		83.754.000	89.700.534	103.604.117	119.662.755	131.928.187

TIR DEL PROYECTO	18,02%
VPN DEL PROYECTO	2.081.263

Fuente: Elaboración propia.

Consideraciones sobre la Evaluación Financiera. Para culminar con el presente apartado y a manera de conclusión el modelo genera buenos resultados, la estrategia es mantener un nivel de inventario no muy elevado, apalancarse con las estrategias de mercadeo, eventos y comunicaciones para mejorar el nivel de ventas.

El vpn y la TIR con datos positivos, muestran una viabilidad en el proyecto.

Punto de Equilibrio

Tabla 30. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO - PRIMER AÑO					
COSTOS FIJOS:		2017	PRECIO DE VENTA		2017
Costos fijos		8.460.000	Precio de venta promedio		5.036
Gastos administrativos y legales		40.005.188	PRECIO DE VENTA UNITARIO		5.036
Gastos financieros		1.524.091	PUNTO DE EQUILIBRIO		
Impuestos		0	2017		
TOTAL COSTOS FIJOS		49.989.279	EN UNIDADES (Costos fijos / pvu - evu) - ANUAL		18.117
COSTOS VARIABLES		2017	EN UNIDADES (Costos fijos / pvu - cvu) - MENS		1.510
Costo variable promedio		2.277	EN PESOS (Costos fijos / 1 - MCU) - ANUAL		91.233.621
TOTAL COSTOS VARIABLES		2.277	EN PESOS (Costos fijos / 1 - MCU) - MENSUAL		7.602.802

Fuente: Elaboración propia

Para llegar al punto de equilibrio se observa en la tabla 30 que De acuerdo con el precio de venta unitario (\$5.036), se debe vender un promedio de 1510 unidades al mes, lo que en total en ventas representaría \$ 7,602,802 mensuales.

Consideraciones Sociales

Como consideración social más relevante se requiere destacar la oportunidad de materializar una idea emprendedora, la idea que surge desde la necesidad de generar un espacio diferente y tranquilo para el municipio de San Luis.

El proyecto contribuirá con dos empleos mejorando la calidad de vida de las personas que intervienen en el proceso y sus familias, Adicionalmente de mejorar la economía en municipio comprando los insumos de una manera local y buscando proveedores de la misma región

Consideraciones Ambientales. Toda empresa productiva genera, de una u otra medida un impacto ambiental negativo, es el compromiso de Inkafé Café – Bar desarrollar políticas que contribuyan a una mejor y más amable relación entre la producción y el ambiente. Es por ello que a continuación se evalúa las actividades dentro de cada proceso y la forma como ayudar al medio ambiente para generar un impacto más bajo.

Actividades en los Procesos

Como ayudar al medio ambiente desde Inkafé

Consumo de luz:

Lámparas decorativas
Extensiones decorativas
Pebetero eléctrico
Conexión de computador
Aparatos electrónicos
Congeladores
Neveras
Máquina para hacer café
Máquina para hacer hielo
Cafetera
Licuadoras
Sanducheras
Microondas

- Tener encendidas las luces solo cuando sea necesario.
- hacer uso de la luz del día.
- Comprar bombillas que consuman menos energía (LFC o LED).
- Realizar mantenimiento periódico a las máquinas y los congeladores para que estos no trabajen en exceso.

Agotamiento de gas

Por cocción de alimentos

- Desactivar la conexión del gas todos los días después de terminar las actividades de cocina.
- Compra de Ollas y herramientas de cocina que ayuden a minimizar el tiempo de cocción de los alimentos.

Uso de papel impreso como

Volantes
Cartas
Factureros
Remisiones

- Verificar semestralmente que las empresas proveedores de papel, insumos para el pegado del material publicitario y empresas recicladoras de basura, garanticen buenas prácticas ambientales en los procesos de producción y de abastecimiento.
- Utilizar tinta biodegradable.

Uso de servilletas

Servilletas
Biodegradables

- Abastecer diariamente los recipientes de la mesa donde se ponen las servilletas.
- Utilizar diariamente solo una bolsa de basura para almacenar las servilletas sucias para luego almacenar en los desechos de papel.

Consumo de alimentos

Residuos orgánicos
Residuos inorgánicos

- Separar los residuos para tener la posibilidad de aprovechar los desechos reciclables.
- Instalación de canecas de reciclaje por color según el tipo de basuras: Gris para el cartón y papel, azul para los plásticos, blanco para el vidrio y beige para los residuos orgánicos.
- Elaborar una base de datos de proveedores de basura (chatarrerías) que tengan buenas prácticas con el medio ambiente en sus procesos.

Gasto de agua

Utensilios de cocina
Lavado del local
Limpieza de las mesas
Limpieza cocina

- Lavar las diferentes áreas del negocio y utensilios de cocina con detergentes biodegradables.
- Establecer una política con buenas prácticas ambientales y un método de tiempos para el lavado de los utensilios de cocina.
- Limpiar la tubería de la cocina una vez al mes para evitar la acumulación de materiales y el gasto de agua.

Otras formas de ayudar al medio ambiente

- Sembrar plantas dentro y fuera del establecimiento para que estas ayuden a limpiar el aire.
- Crear un fondo mensual entre los clientes y el negocio para regalar dinero en fundaciones que inviertan recursos en la mejora del medio ambiente.

Para cada recurso utilizado en Inkafe, se desarrollaron unas normativas desde el congreso de la república, por el cual en el caso del agua el artículo 1. De la ley 373 de 1997 refiere

"programa para el uso eficiente y ahorro del agua: todo plan ambiental regional y

municipal debe incorporar obligatoriamente un programa para el uso eficiente y ahorro del

agua.” (Ministerio de Ambiente, 1997) De acuerdo a esta norma se desarrolla las siguientes acciones expuestas en la tabla 31.

Tabla 31 Consideraciones Ambientales con el agua

	PROGRAMA	NORMATIVIDAD	ACCIONES
AGUA	Programa para la prevención de fugas de agua y gas	<p>LEY 373 DE 1997 Por la cual se establece el programa para el uso eficiente y ahorro del agua. Artículo 1- PROGRAMA PARA EL USO EFICIENTE Y AHORRO DEL AGUA. Todo plan ambiental regional y municipal debe incorporar obligatoriamente un programa para el uso eficiente y ahorro del agua. Se entiende por programa para el uso eficiente y ahorro de agua el conjunto de proyectos y acciones que deben elaborar y adoptar las entidades encargadas de la prestación de los servicios de acueducto, alcantarillado, riego y drenaje, producción hidroeléctrica y demás usuarios del recurso hídrico.</p>	Inspección periódica de fugas en agua y gas
			Mantenimiento preventivo de contadores
	Programa de ahorro del agua		Instalación de letreros en los baños sobres los cuidados al medio ambiente y ahorro del agua
			Implementación y puesta en práctica programa barrer más y trapear menos
			Implementación de procedimientos de desinfección y aseo
			Capacitación empleados sobre formas de ahorrar agua y acción a seguir
Medición del impacto	Registro de los contadores de agua, empezando el plan y periódico		

Fuente: Elaboración Propia

El recurso de energía se tiene en cuenta la ley 697 de 2001 donde refiere “*Mediante la cual se fomenta el uso racional y eficiente de la energía, se promueve la utilización de energías alternativas y se dictan otras disposiciones.*” (Ministerio de minas y energía, 2001) ver acciones realizadas según la normativa desde Inkafé en la tabla 32.

Tabla 32 Consideraciones ambientales con la energía

	PROGRAMA	NORMATIVIDAD	ACCIONES
ENERGIA	Programa para la prevención de daños eléctricos y fugas.	LEY 697 DE 2001 Mediante la cual se fomenta el uso racional y eficiente de la energía, se promueve la utilización de energías alternativas y se dictan otras disposiciones. Artículo 1°. Declárase el Uso Racional y Eficiente de la Energía (URE) como un asunto de interés social, público y de conveniencia nacional, fundamental para asegurar el abastecimiento energético pleno y oportuno, la competitividad de la economía colombiana, la protección al consumidor y la promoción del uso de energías no convencionales de manera sostenible con el medio ambiente y los recursos naturales.	Inspección periódica de contadores públicos, cableado e interruptores eléctricos
			Mantenimiento preventivo aparatos eléctricos.
	Programa para la disminución del consumo de agua		Hacer un estudio de tiempos para la producción de bebidas en agua para identificar cuales se venden más y producir en mayor volumen.
			Adaptación de un sistema de cortapicos de energía y polo a tierra.
			Hacer un análisis del voltaje de los bombillos instalados y verificar en el mercado si existen alternativas más ecológicas y hacer un reemplazo
	Iluminación natural		Compra de Tejas transparentes para disminuir el consumo
			Compra de Espejos cerca a ventanales para reflejar la luz del sol
Medición del impacto	Registro de los contadores de energía, empezando el plan y periódico		

Fuente: Elaboración propia

Para el cumplimiento de todas las normas, se tiene en cuenta en la tabla 33 la normativa para el manejo de residuos expuesto en la “Ley 09 de 1979, medidas sanitarias sobre manejo de residuos sólidos con resolución 2309 de 1986 donde define los residuos especiales, los criterios de identificación, tratamiento y registro. Establece planes de cumplimiento vigilancia y seguridad .” (Ministerio de Salud, 1986)

Tabla 33 Consideraciones ambientales con manejo de residuos solidos

RECURSO	PROGRAMA	NORMATIVIDAD	ACCIONES
RESIDUOS SOLIDOS	Plan de manejo integral de residuos solidos	<p>Ley 09 de 1979 Medidas sanitarias sobre manejo de residuos sólidos.</p> <p>Resolución 2309 de 1986 Define los residuos especiales, los criterios de identificación, tratamiento y registro. Establece planes de cumplimiento vigilancia y seguridad.</p> <p>Ley 430 de 1998 Por la cual se dictan normas prohibitivas en materia ambiental referentes a los desechos peligrosos y se dictan otras disposiciones.</p>	Diagnóstico ambiental
			Recolección de basuras
			Establecimiento de rutas de recolección interna y adecuación zona de almacenamiento
			Establecimiento de un plan de contingencia
			Adoptar un formato ecológico para las facturas y diseñar una estrategia para que el cliente tenga la posibilidad de que se le envíe al correo, material reciclado.
			Establecer relaciones comerciales para llevar material reciclable empresas que lo reutilicen.
			Capacitaciones de cómo hacer la segregación en la fuente, recolección, almacenamiento y legislación ambiental
			Monitoreo y verificación de la norma

Fuente: Elaboración Propia.

Consideraciones finales del proyecto y recomendaciones

De acuerdo a las características demográficas del sector, de los competidores y a la capacidad adquisitiva de la población, Inkafe , es una empresa que puede sobresalir frente a la competencia por su concepto e ideología, puede ser un competidor fuerte y auto sostenible, que entre al mercado con precios razonables y concordantes con los servicios prestados.

En relación al importante crecimiento que se ha evidenciado en los últimos años acerca de la oferta gastronómica, nace la necesidad de brindar de manera accesible, servicios con nuevos espacios diferentes y agradables.

Al contar con el arriendo de la propiedad inmueble a un precio muy económico, la inversión en gastos fijos se reduce de manera importante y ayuda a la viabilidad del proyecto. La financiación de Inkafe se realizará parte con capital propio, y se buscará financiación por medio de Bancolombia como libre inversión ya que por ser cliente actual pueden garantizar una tasa favorable.

De acuerdo a la información recolectada en el estudio de mercado y a los datos arrojados en el análisis financiero (TIR= 34,93% y VPN positivo) se puede concluir que la idea de emprendimiento es viable.

La idea de negocio estaría catalogada dentro de la pequeña empresa por lo cual no generaría gran impacto ambiental en la producción de los productos, sin embargo, se estable un plan de acción para minimizar cualquier efecto negativo que se pueda presentar con el medio ambiente.

Fuentes de Información

(Alcaldía de San Luis Antioquia, 2016) Informe del Plan de desarrollo del municipio de san Luis 2016-2019, <http://sanluis-antioquia.gov.co/apc-aa>

[files/66616563663538356637366262663137/plan-de-desarrollo-2016-2019.pdf](http://sanluis-antioquia.gov.co/apc-aa/files/66616563663538356637366262663137/plan-de-desarrollo-2016-2019.pdf)

ANDI. (2016). *Colombia: Balance 2015 y Perspectivas 2016. Resumen Ejecutivo*. Bogotá D.C.

Colombia. Recuperado por <http://www.andi.com.co/Documents/Balance2015/ANDI ->

[Balance 2015 y Perspectivas 2016.compressed.pdf](http://www.andi.com.co/Documents/Balance2015/ANDI - Balance 2015 y Perspectivas 2016.compressed.pdf)

Camara de comercio de Medellin (2016) tramites para la creacion de su empresa. Medellin, 2016

<http://www.camamedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/guias/Guia--13---2012.pdf>

DANE. (2012). *Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades*

economicas revisión 4 adaptadas para Colombia Rev. 4 A.C. Bogota D.C:

DANE. (2016). *Indicadores Básicos de Tenencia y Uso de Tecnologías de la Información y*

Comunicación – TIC en Microestablecimientos 2015. Bogotá D.C. Colombia. Recuperado

por https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/tic/bol_micro_2015.pdf

Dinero.com. (2015, December). Crecimiento económico: cuáles sectores ganan, pierden y

quedan igual. *Dinero*. Recuperado por

[http://www.dinero.com/economia/articulo/crecimiento-del-producto-interno-bruto-](http://www.dinero.com/economia/articulo/crecimiento-del-producto-interno-bruto-colombia-primer-trimestre-2015/209538)

[colombia-primer-trimestre-2015/209538](http://www.dinero.com/economia/articulo/crecimiento-del-producto-interno-bruto-colombia-primer-trimestre-2015/209538)

Dinero.com. (2016, Noviembre). Bares y restaurantes pronostican pérdidas por culpa de la

reforma tributaria. *Dinero.com*. Recuperado por [http://www.dinero.com/pais/articulo/bares-](http://www.dinero.com/pais/articulo/bares-y-restaurantes-en-contra-de-las-modificaciones-al-iva-en-la-tributaria/238556)

[y-restaurantes-en-contra-de-las-modificaciones-al-iva-en-la-tributaria/238556](http://www.dinero.com/pais/articulo/bares-y-restaurantes-en-contra-de-las-modificaciones-al-iva-en-la-tributaria/238556)

Economía Aplicada. (2016). La reforma tributaria y la empresa pyme I. Recuperado por

<http://www.economiaaplicada.co/index.php/10-noticias/879-la-reforma-tributaria-y-la-empresa-pyme-i>

Garzón Ortegón, D. (2015, Junio). El sector gastronómico creció 22% en el último año con 90.000 restaurantes. *La República*. Recuperado por http://www.larepublica.co/el-sector-gastronomico-crecio-22-en-el-ultimo-año-con-90000-restaurantes_266206

Gómez G., C. (2011, December). La industria gastronómica en Colombia sigue creciendo Todo indica que los colombianos han decidido comer a la carta. Los restaurantes crecen 15%. *Portafolio*. Recuperado por <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/industria-gastronomica-colombia-sigue-creciendo-141936>

Juaréz, G. F. (2004). libro *Yatiris y Ch'amakines del altiplano Aymara Sueños, testimonios y prácticas ceremoniales*. Quito-Ecuador: Abya-YAla pag 20

Keller, p. K. (2006).libro *Marketing Management 12th*. Mexico: pearson educacion.pg 342

K.Holden, T. T. (1998). *Libro Estrategias y tácticas para la fijación de precios*. Mexico : Granica.

Ministerio de Ambiente, C. d. (11 de junio de 1997). *Ministerio del medio Ambiente*. Obtenido de www.minambiente.gov.co/images/normativa/leyes/1997/ley_0373_1997.pdf

Ministerio de minas y energia, C. d. (3 de Octubre de 2001). *Colciencias*. Obtenido de <http://www.colciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-697-2001.pdf>

Ministerio de Salud, M. d. (24 de febrero de 1986). <http://www.atcalsas.com>. Obtenido de <http://www.atcalsas.com/uploads/1429132638.pdf>.

Pinson., L. J. (2008). *Anatomy of a Business PLa*n . Tustin, CA: out of your mind and into the marketplace TM.

Revista La Barra. (2012). El café, un concepto de negocio intermedio. Recuperado por <http://revistalabarra.com/ediciones/ediciones-2012/edicion-52/portada-28/top-20-pastelerias-y-cafeterias/el-cafe-un-concepto-de-negocio-intermedio.htm>

Saavedra Crespo, M. A. (2016, Junio). 12% creció el sector gastronómico en 2015. *El Mundo*.

Bogotá D.C. Colombia. Recuperado por

http://elmundo.com/portal/noticias/economia/12_crecio_el_sector_gastronomico_en_2015.php#.WQ4P5eU1_IU

Zorita, E. (2014). *Curso de emprendimiento y gestión empresarial*. Madrid: ESIC EDITORIAL.