



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
TECNOLOGIA EN COMERCIO INTERNACIONAL

NOMBRE DEL PROYECTO
FRANQUICIA BEER SHOOTER

INFORME DE TRABAJO FINAL PARA OPTAR AL GRADO DE TECNOLOGO EN
COMERCIO INTERNACIONAL

NOMBRE DE LOS GRADUADOS
VALENTIN GARCES CASTAÑEDA
JOSEPH DAVID LONDOÑO MUÑOZ
JULIAN ALEXIS MARTINEZ RENDON

PROFESORES GUIAS: VICTOR SALDARRIAGA

Año

2015



AGRADECIMIENTOS

El proyecto realizado por el grupo conformado por Joseph Londoño, Julián Martínez y Valentín Garcés sobre la empresa Inversiones JVJ S.A.S con la franquicia llamada Beer Shooter no habría sido posible sin la influencia directa e indirecta de muchas personas a las cuales el día de hoy les queremos agradecer profundamente por estar presentes en todo el proceso y etapas de la elaboración de este proyecto final.

Le agradecemos al profesor Víctor Saldarriaga por el constante apoyo brindado en todas las etapas de la elaboración del proyecto, haciendo posible que nuestro trabajo cada día fuera tomando el nivel requerido, para lograr la satisfacción académica y personal de cada uno de nosotros.

Es un orgullo que deseamos agradecer y expresar nuestra máxima satisfacción a todos los profesores que nos guiaron y acompañaron en esta etapa académica de nuestras vidas. Con el constante esfuerzo y empeño que dieron en cada una de sus clases nos ayudaron a formar un gran equipo de trabajo el cual no dudo en ningún instante de sus capacidades y conocimientos transmitidos por ellos para realizar todo lo que debía llevar nuestro proyecto de grado y así escalar una meta en nuestras vidas dejándonos un legado de conocimiento para la vida y nuestro futuro.

También queremos agradecer a todos nuestros compañeros de clase con los cuales estuvimos cerca de tres años en esta etapa académica y, hombro a hombro nos permitieron compartir experiencias y lo mejor de sus energías en las cuales nos llenaron en nuestra formación académica y personal, aprendimos de cada uno de ellos y en donde se forjaron lazos de amistad y confianza los cuales quedaran en nosotros.

Y por último expresar nuestro total agradecimiento y alegría a nuestras familias y seres queridos, en especial a aquellos que siempre estuvieron al lado de nosotros cuando más los necesitamos. A nuestros padres queremos agradecer sus grandísimos esfuerzos con el que nos expresaban día a día el querer vernos graduados de una de las mejores



instituciones académicas de la ciudad de Medellín en el campo empresarial. A ellos a los cuales hoy les debemos infinitudes de agradecimientos los queremos ver alegres porque ha llegado el momento en el que por fin verán uno de sus sueños realizados, ver a sus hijos recibiendo con honores el título de comercio internacional de la institución universitaria Esumer.



INDICE

AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIA.....	ii
LISTA DE FIGURAS.....	ix
LISTA DE TABLAS.....	x
APENDICE.....	xii
LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS.....	xiv
GLOSARIO.....	xv
ABSTRACT.....	xvii
RESUME EJECUTIVO.....	xix
INTRODUCCION.....	1
CAPÍTULO I INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA.....	2
1.1 Nombre De La Empresa Y Marca.....	2
1.2 Descripción de la Empresa Y Franquicia.....	3
1.3 Visión Y Misión De La Empresa.....	5
1.3.1 Misión.....	5
1.3.2 Visión.....	5
1.4 Relación Productos y/o Servicios.....	5
1.5 Ventajas Competitivas.....	6
1.6 Tramites y Costos.....	6
CAPÍTULO II ANALISIS DEL SECTOR.....	9
2.1 Entorno.....	9
2.1.1 Antecedentes.....	9
2.1.2 Análisis del Sector Colombiano.....	10
2.1.3 Fuerzas Socioculturales.....	11
2.1.4 Fuerzas Tecnológicas.....	14
2.1.5 Fuerzas Económicas.....	14
2.1.6 Fuerzas Ambientales.....	16



2.1.7 Fuerzas Políticas Y legales.....	17
2.2 Sector.....	19
2.2.1 Sector al que Perteneceemos.....	19
2.2.2 Tamaño del Sector.....	19
2.2.3 Tendencias de Crecimiento, Rentabilidad y Proyección en ventas.....	19
2.2.4 Estructura del Sector.....	20
2.2.5 Factores Claves del Éxito del Negocio.....	20
2.2.6 Cadena de Valor de la Industria.....	21
2.2.7 Barreras de Ingreso.....	21
2.2.8 Competidores.....	23
2.2.9 Poder de Negociación de los Clientes y Proveedores.....	23
2.2.10 Productos Sustitutos.....	24
CAPÍTULO III ANALISIS DEL MERCADO.....	25
3.1 Objetivos de Mercadeo.....	25
3.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios.....	25
3.3 Costos de Productos.....	29
3.4 Agrupación de precios de cervezas artesanales y sus valores hasta DDP.....	34
3.5 El mercado meta.....	34
3.6 Perfil del mercado potencial de bienes y/o servicios.....	36
3.7 Cuantificación de los clientes potenciales de bienes y/o servicios.....	36
3.8 Gastos Preoperativos de análisis del mercado.....	40
3.9 Mercado competidor.....	40
3.10 Mercado distribuidor.....	47
3.10.1 Distribucion Directa.....	47
3.10.1.1 Descripción de los medios a través de los cuales se hará la distribución del producto.....	47
3.10.1.2 Fuerza De Ventas	47



3.10.1.3 Manejo de Inventarios	48
3.10.1.4 Analisis de altas y bajas de la demanda mensual.....	50
3.11 Actividades de promoción y divulgación.....	53
3.11.1 Comunicación	53
3.11.2 Nombre comercial de los productos.....	53
3.11.3 Actividades De Promoción Y Divulgación.....	54
CAPÍTULO IV ANALISIS ORGANIZACIONAL.....	57
4.1 Estructura Organizacional del Negocio.....	57
4.1.1 Organigrama Estructura Organizacional.....	57
4.1.2 Organigrama Estructura Personal.....	59
4.1.3 Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados.....	63
4.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio.....	63
4.2.1 Locacion de la Empresa.....	63
4.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles, enseres y materiales e insumos por Area	64
4.2.3 Requerimientos de Servicios por Area.....	69
CAPITULO V. ANÁLISIS LEGAL.....	70
5.1. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas.....	70
CAPITULO VI. ANÁLISIS FINANCIERO.....	72
6.1. Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad.....	72
6.1.1 Tasa de Rentabilidad de su Industria.....	72
6.1.2 Tasas Libre de Riesgo	73



6.1.3 Tasas de Rentabilidad Esperada como Inversionista, teniendo en cuenta las tasas anteriores	74
6.1.4 Impuesto sobre la Renta y el CREE.....	74
6.1.5 Porcentaje de Margen de Contribución sobre costo unitario del Producto para definir los Precios de Ventas.....	74
6.2. Aportes de Capital de los Socios.....	75
6.3 Créditos y Préstamos Bancarios.....	75
6.3.1 Nombre de la entidad financiera	75
6.3.2 Monto total del prestamo necesario para el proyecto.....	75
6.3.3 Tasa de Interes, Plazo del prestamo.....	75
6.3.4 Resumen de Tabla Amortización: Capital Pagado, Intereses y Saldo Capital cada año.	76
6.4 Precio de los productos.....	78
6.4.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos.....	78
6.4.2 Los precios de los productos teniendo como en base los costos.....	78
6.5 Ingresos y Egresos.....	79
6.5.1 Ingresos.....	79
6.5.2 Egresos.....	80
6.5.2.1 Inversiones.....	80
6.5.2.2 Inversiones en activos fijos.....	81
6.5.2.3 Inversiones en capital de trabajo.....	82
6.5.2.4 Costos variables.....	83



6.5.3 Estados financieros.....	84
6.5.3.1 Estado de pérdidas y ganancias o estado de resultados.....	84
6.5.3.2 Flujo de caja y VPN.....	85
6.5.4 Estados financieros proyectados y análisis de sensibilidad.....	87
6.5.4.1 Análisis de sensibilidad en escenario negativo.....	87
6.5.4.2 Escenario positivo.....	97
6.5.4.3 Estado de pérdidas y ganancia proyectado.....	107
6.5.4.4 Flujo de caja proyectado.....	108
6.6 Evaluación Financiera.....	109
6.6.1 VPN y TIR.....	109
6.6.2 Payback descontado.....	109
CONCLUSIONES.....	111
BIBLIOGRAFIA.....	112
APENDICES.....	115



LISTA DE FIGURAS

Figura 1.1 Consulta de homonimia.....	2
Figura 2.2 Etiqueta de una cerveza en Colombia.....	22
Figura 2.3 Contra etiqueta de una cerveza en Colombia.....	23
Figura 3.4 Participación De Beer Shooter en el mercado de cerveza artesanal.....	37
Figura 3.5 Participacion de Beer Shooter en el mercado de cerveza tradicional.....	39
Figura 3.6 Logo de Cerveza Apóstol.....	41
Figura 3.7 Logo de Cerveza Tres Cordilleras.....	42
Figura 3.8 Logo de Cerveza Bavaria.....	43
Figura 3.9 Inventario de Beer Shooter.....	49
Figura 3.10 Pronostico de ventas Beer Shooter.....	50
Figura 3.11 Pronostico de ventas mensuales de Beer Shooter.....	50
Figura 3.12 Logo de Beer Shooter.....	53
Figura 4.13 Organigrama de areas de la franquicia Beer Shooter.....	57
Figura 4.14 Organigrama de Cargos de la Franquicia Beer Shooter.....	60



LISTA DE TABLAS

Tabla 1.1 Trámites y costos de constitución.....	8
Tabla 2.2 Características de Colombia.....	11
Tabla 2.3 Colombia, entre los que tienen mas accidentes por ebrios.....	12
Tabla 2.4 el consumo de licor en colombia.....	13
Tabla 2.5 contrabando de licores en Colombia.....	13
Tabla 2.6 Colombia la 5 economía que mas crece.....	15
Tabla 2.7 Crecimiento del dólar frente al \$ colombiano.....	16
Tabla 2.8 Arancel General para la cerveza en lationamerica.....	18
Tabla 3.9 Ficha técnica y características.....	26
Tabla 3.10 Ficha técnica y características	27
Tabla 3.11 Ficha técnica y características	27
Tabla 3.12 Ficha técnica y características	28
Tabla 3.13 Beneficios de la cerveza.....	29
Tabla 3.14 Precios por unidad de cada una de las cervezas.....	30
Tabla 3.15 Costos De Importación.....	33
Tabla 3.16 Discriminación en Grupos de Todas las Cervezas Artesanales.....	34
Tabla 3.17 El PIB de Antioquia asciende a USD 47.000 millones, crecerá cerca De 4,5 % en 2013 y por tercer año consecutivo crece más rápido que el país.....	35
Tabla 3.18 Analisis del mercado potencial de la cerveza artesanal.....	37
Tabla 3.19 Analisis del mercado potecial de la cerveza tradicional.....	38



Tabla 3.20 Proyeccion de ventas y crecimiento.....	40
Tabla 3.21 Características de la Competencia.....	46
Tabla 3.22 Características de la fuerza de ventas.....	47
Tabla 3.23 Principales Cervezas de Beer Shooter.....	53
Tabla 3.24 Costos de Divulgación Y Promoción.....	56
Tabla 4.25 Descripción de las áreas de Beer Shooter.....	58
Tabla 4.26 Descripción de la funciones de los cargo de Beer Shooter.....	61
Tabla 4.27 Cargos tercerizados de Beer Shooter.....	62
Tabla 4.28 Salarios del personal de Beer Shooter.....	63
Tabla 4.29 Implementos para el mesero.....	64
Tabla 4.30 Dotacion del PUB.....	65
Tabla 4.31 Implementos para el bartender.....	66
Tabla 4.32 Artículos de aseo.....	67
Tabla 4.33 Equipos e insumos para la oficina.....	68
Tabla 4.34 Servicios del establecimiento comercial.....	69
Tabla 5.35 Trámites ante entidades públicas.....	70
Tabla 6.36 Tabla de promedio de rentabilidad de la industria.....	72
Tabla 6.37 Tasas del tesoro de E.U.A.....	73
Tabla 6.38 Tasas de crédito de préstamo para capital de trabajo.....	75
Tabla 6.39 Tabla de Amortización Préstamo (Mensual).....	76
Tabla 6.40 Tabla de precio de venta.....	79
Tabla 6.41 Tabla de ingreso por línea.....	80
Tabla 6.42 Tabla de inversion en gastos preoperativos.....	81



Tabla 6.43	Tabla de inversion en activos fijos.....	82
Tabla 6.44	Tabla de inversion en capital de trabajo.....	83
Tabla 6.45	Costos variables de la franquicia.....	84
Tabla 6.46	Estado de resultados en cifras mensuales.....	85
Tabla 6.47	Flujo de caja mensual y evaluacion financiera.....	86
Tabla 6.48	Flujo de caja negativo variando el precio.....	88
Tabla 6.49	Flujo de caja negativo variando las ventas.....	90
Tabla 6.50	Flujo de caja negativo variando los costos variables.....	92
Tabla 6.51	Flujo de caja negativo variando los costos fijos.....	94
Tabla 6.52	Flujo de caja negativo variando la tasa de retorno.....	96
Tabla 6.53	Flujo de caja positivo variando el precio.....	98
Tabla 6.54	Flujo de caja positivo variando las ventas.....	100
Tabla 6.55	Flujo de caja positivo variando los costos variables.....	102
Tabla 6.56	Flujo de caja positivo variando los costos fijos.....	104
Tabla 6.57	Flujo de caja positivo variando la tasa de retorno.....	106
Tabla 6.58	Estado de perdidas y ganancias proyectado a 5 años.....	107
Tabla 6.59	Flujo de caja proyectado a 5 años.....	108
Tabla 6.60	TIR y VPN de la franquicia Beer Shooter.....	109
Tabla 6.61	Payback descontado de la franquicia Beer shooter.....	110



APENDICES

Apendice 1 Cotizacion numero a-00241.....	115
Apendice 2 Cotizacion numero a-00242.....	116
Apendice 3 Cotizacion numero a-00243.....	117
Apendice 4 Cotizacion numero a-00244.....	118
Apendice 5 Cotizacion de importacion Barcelona – Medellin.....	119



LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS

COP: Divisa o moneda peso colombiano

DIAN: dirección de impuestos y aduanas nacionales

JVJ: Joseph, Valentín, Julián.

S.A.S: sociedad anónima simplificada

USD: Divisa referente a los Estados Unidos de América.



GLOSARIO

Antigua Britania: Es el nombre de una provincia que ocupaban los romanos en el centro y sur de la actual isla de gran Bretaña, esta existió entre los siglos I y V

Cebada: Es una planta monocotiledónea perteneciente a la familia de las poáceas, esta a su vez, es un cereal de gran importancia tanto para animales como para humanos y actualmente el quinto cereal más cultivado en el mundo.

Cuás: forma en la que era llamada la cerveza en Rusia antigua

DANE: departamento administrativo nacional de estadísticas.

Foodies: “Foodie” es un término actual con el cual una persona se describe como fanática del comer y del beber, no es como el término de un [“Gourmet”](#) el cual está relacionado con la buena vida y estilos en general. Los Foodies son grupos especializados que buscan la buena comida y el buen beber no necesariamente en los lugares más lujosos y conocidos.

Grescas: es un sinónimo de alborotos y situaciones ruidosas.

Levadura: Se denomina levadura o fermento a cualquiera de los diversos organismos eucariotas, clasificados como hongos microscópicos unicelulares, que son importantes por su capacidad para realizar la descomposición mediante fermentación de diversos cuerpos orgánicos.



Lúpulo: es una planta de la familia de las cannabáceas, cuya flor es utilizada en la elaboración de la cerveza. Es la responsable de aportar el amargor y de que nuestra cerveza exprese mejor algunos aromas y sabores propios.

Pan líquido: nombre originario de cómo se denominaba la cerveza

Pasteur: Louis Pasteur fue un químico francés cuyos descubrimientos tuvieron enorme importancia en diversos campos de las ciencias naturales, sobre todo en la química y microbiología. A él se debe la técnica conocida como pasteurización.

PIB: producto interno bruto, es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio.

Zythum: Es un licor del antiguo Egipto el cual estaba hecho a base de cebada.



ABSTRACT

Beer Shooter franchise is a project focused on creating a company whose purpose is to mark in the local market of imported artisan beers, with high growth projections to the rest of the country. Offering a unique product, space and innovative service whose purpose is to create a new culture and concept when consuming beer.

As the main phase of the project we decided to analyze the market, the area and the affordability of our consumers. With these measurements we decided to locate the PUB in a strategic place that is known for being crowded and highly recognized for its high supply and demand.

To establish the franchises we had disbursed the amount of \$40,995,347 by partner, plus the contribution of a loan worth \$80,000,000, in which were used to cover the expenses necessary to endow the PUB, and cover other necessary expenses of the franchise. This load will be paid off quickly thanks to the high profitability, in which this business will bring large cash flow and high profit margins to investors, during and subsequently driven after payment of the debt; in which we are counting on an estimated month demand of 2000 beers, and a balance of 1466 beers demonstrating the viability of the business.

Our main objective is to consolidate in the local market in a short term period and later in a long term period open new PUBS in strategic places in the city of Medellin, giving greater recognition and value to the brand and creating a greater positioning for alcoholic beverages specially craft beer.



Our mayor advantage is that we are a franchise in which has extensive known on how this market works, and with their knowledge we can offer a better quality service to our costumers.

This new niche market is constantly growing due to the new market trends, in which it offers increasingly innovative products aiming at improving the quality and variety of its product, generating new experiences to the consumers in the domestic market annual growth in sales of the producers and marketers of craft beer ranges between 30% and 40%, which makes forecasting to incur this new niche will bring great benefits to investors.



RESUMEN EJECUTIVO

La Franquicia Beer Shooter es un proyecto enfocado en la creación de una empresa con el fin de comercializar dentro del mercado local cervezas de tipo artesanal importadas, con altas proyecciones de expansión al resto del país, ofreciendo un producto único, espacio y servicio innovador que buscara generar una nueva cultura y concepto al consumir cerveza.

Como fase principal del proyecto decidimos analizar el mercado, el sector y la capacidad de adquisición de nuestros consumidores, con estas mediciones decidimos ubicar el PUB en un lugar estratégico de la ciudad altamente concurrido y reconocido por su alta oferta y demanda.

Para establecer la franquicia se debió desembolsar por parte de sus socios la cantidad de \$ 40.995.347, Además de este aporte se solicitó un préstamo por un valor de \$80.000.000 los cuales fueron utilizados para cubrir las gastos necesarios para dotar el PUB y cubrir otros gastos necesarios de la franquicia, este préstamo será rápidamente saldado gracias a la alta rentabilidad que tiene este negocio el cual aporta grandes flujos de efectivo y altos márgenes de rentabilidad a sus inversores, durante y posteriormente impulsado después del pago de esta deuda; Contando con una demanda estimada mensual de 2000 cervezas, y con un punto de equilibrio de 1466 cervezas lo que demuestra la viabilidad del negocio.

Nuestros objetivos principales son consolidarnos en el mercado local a mediano plazo para después a largo plazo abrir nuevos PUBS en sitios estratégicos de la ciudad de Medellín dándole un mayor reconocimiento y valor a la marca y creando un gran posicionamiento de las bebidas alcohólicas en especial la cerveza artesanal.



Nuestra mayor ventaja competitiva es que somos una franquicia la cual tiene un amplio know how en este mercado, y con su conocimiento podremos ofrecer una mejor calidad de servicio a nuestros consumidores.

Este nuevo nicho mercado está en constante crecimiento y este se debe a las nuevas tendencias del mercado, el cual ofrece productos cada vez más innovadores que buscan mejorar la calidad y variedad de sus productos, generando al consumidor nuevas experiencias, en el mercado nacional el crecimiento anual en ventas de las empresas productoras y comercializadoras de cerveza artesanal oscila entre el 30% y el 40% lo que hace pronosticar que incurrir en este nuevo nicho traerá grandes beneficios para los inversionistas.



INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de grado trata de mostrar una idea y concepto sobre un tipo de negocio basado en una franquicia dedicada a la comercialización de cervezas artesanales, esta bebida que ingieren millones de personas en todo el mundo y la cual tiene un pasado fascinante ya que desde los inicios de la humanidad y su supervivencia, esta bebida fue determinante para el sustento de miles de pueblos y civilizaciones. A lo largo de los años en nuestro país la gente siempre ha consumido cerveza ya sea por motivos especiales, fechas memorables, fiestas, reuniones o simplemente por diversión.

Las cervezas han tenido que hacer cambios para satisfacer a sus consumidores, debido a esto en todo el mundo las empresas están produciendo miles de tipos de cervezas donde su producción es en cantidades exorbitantes para satisfacer una demanda que cada día aumenta más y exige la innovación a este tipo de bebida. Las empresas que no logren captar estas demandas por parte de la sociedad y consumidores son empresas que estarán destinadas al fracaso.

Las cervezas artesanales han causado un gran impacto a nivel mundial debido a que son bebidas creadas a partir de los procesos naturales de fermentación de la cebada, trigo y otros cereales. Esto ha cautivado a millones de personas en todo el mundo ya que a diferencia de las cervezas tradicionales, las cervezas artesanales pueden obtener unas características abismales en lo físico y también en las calidades en que se ofrecen al mercado, por ende las personas que han tomado el riesgo de darse el gusto y volcarse a lo nuevo que son estos tipos de cerveza a nivel mundial ha creado un nicho de mercado el cual crece a pasos agigantados en todos los países del mundo donde estas pequeñas industrias están radicadas.



CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

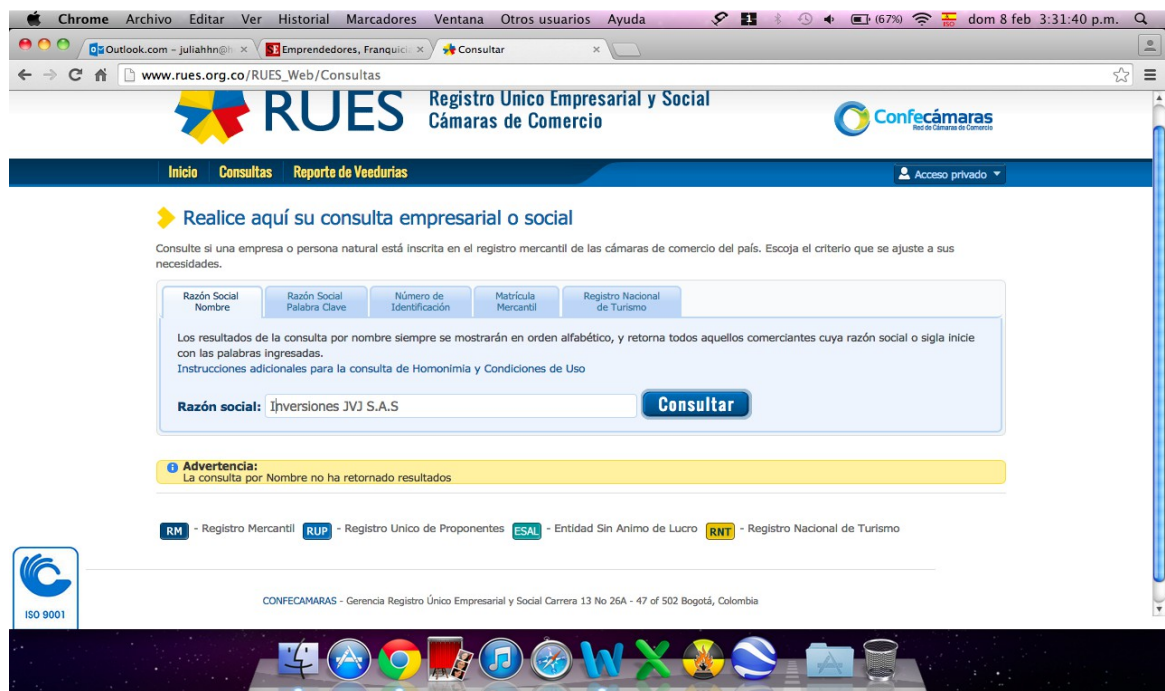
1.1 Nombre De La Empresa Y Marca.

- Nombre de la empresa: Inversiones JVJ S.A.S
- Marca: Beer Shooter

Consulta de Homonimia

La consulta del nombre de nuestra razón social dentro la página del registro único empresarial nos dio como resultado que nuestro nombre empresarial no se encuentra registrado.

Figura 1.1 Consulta homonimia



Fuente: RUES, 2015.



Tipo de Empresa.

Tipo de sociedad: sociedad por acciones simplificada (S.A.S)

El motivo por el cual nuestra empresa será constituida bajo la razón social S.A.S; es porque esta figura pública en Colombia es más económica crearla que una sociedad anónima tradicional, aunque la regulación tributaria será igual a una S.A. este tipo de sociedad nos brinda una estructura más ágil y eficiente, reduciendo costos y obligaciones; permitiendo tener claras las responsabilidades de cada uno de los socios y así responder a cualquier inquietud o problema laboral de acuerdo a su aporte. No se necesita revisor fiscal ni junta directiva (si puede tenerlo si es de mutuo acuerdo entre los socios) lo cual hace más fácil los procesos legales para constituirlo. Nuestra empresa estará dedicada a la importación, comercialización y distribución de cerveza artesanal de distintas partes del mundo bajo un concepto que busca diferenciar el consumo tradicional. La compañía Inversiones JVJ S.A.S estaría compuesta por 3 socios, los cuales aportaran la misma cantidad de dinero para su constitución y obtener el mismo número de acciones.

1.2 Descripción de la Empresa y Franquicia.

Inversiones JVJ S.A.S será una empresa pequeña la cual estará constituida por un grupo de 3 socios, los cuales buscan adquirir una franquicia llamada Beer Shooter que tiene su origen en Barcelona España en el año 2004 con una idea de negocio que propuso un nuevo concepto de consumo de cerveza artesanal y que para el año 2007 se expandió hacia otras ciudades españolas bajo el concepto de franquicias. Ahora se hará la internacionalización de la franquicia empezando en nuestro país específicamente en la ciudad de Medellín.

Esta franquicia sería la primera en Latinoamérica dedicada a este tipo de negocio y producto, además cumple con un nombre original el cual no se encuentra registrado en



este hemisferio y en el país, lo que nos generaría un mayor reconocimiento y distinción en el mercado.

Este modelo de negocio tendrá un concepto de boutique cervecera, en donde se busca comercializar una amplia variedad de marcas internacionales y nacionales en un lugar y ambiente totalmente distinto que cautivara y obtendrá la atención de las personas, al encontrar un sitio donde podrán disfrutar y compartir experiencias únicas ya que vamos a ofrecer productos que no son usuales en el mercado nacional buscando implantar en nuestros consumidores una nueva visión del consumo de cerveza gracias a los atributos especiales tales como sabor, textura, color y olor que tienen este tipo de cervezas.

Nuestros productos van especialmente dirigidos a las personas que buscan disfrutar de nuevas experiencias para lo cual estaremos enfocados en personas mayores de 22 años amantes al buen gusto que solo nuestra marca les puede ofrecer.

Por otro lado nuestro producto estrella “la cerveza artesanal”, estará dirigida a los diferentes restaurantes gourmet que quieran ofrecer algo diferente y nuevo para sus clientes, así como también a hoteles, hostales, hosterías y demás sitios de interés; ofreciéndoles el servicio de aprovisionamiento de nuestra alta gama de productos.

Nuestro local comercial contara con una gran variedad de cervezas; ofreciendo a personas y clientes más de 100 marcas de cervezas artesanales de diferentes partes del mundo.

Se contratara para iniciar el proyecto a 7 empleados, los cuales se repartirán las tareas según sea su especialidad.

1. Atención al cliente
2. Administración del local
3. Mesero



4. Vendedor Externo

5. Aseo del establecimiento

El local estará Abierto al público de lunes a jueves de 2:00 p.m. a 12:00 a.m., y de viernes a sábado de 12:00 m. a 2:00 a.m.

1.3 Visión Y Misión De La Empresa.

1.3.1 Misión.

Inversiones JVJ S.A.S busca crear e impulsar en la ciudad de Medellín una cultura en donde los consumidores se interesen más por apreciar la calidad que la cantidad de una cerveza, atreviéndose a disfrutar de nuevas recetas artesanales y originales con sabores exclusivos que solo ofrece nuestra marca.

1.3.2 Visión.

Nuestra visión para el año 2019 es ser una franquicia con un alto reconocimiento a nivel local, impulsando la cultura cervecera en la ciudad de Medellín. Con el fin de expandirnos a nivel nacional y ofrecer nuevos espacios para que las personas puedan disfrutar y conocer nuevas cervezas artesanales; brindando sabores exquisitos y placenteros a todos los amantes del buen gusto.

1.4 Relación Productos y/o Servicios.

En el establecimiento el producto principal a ofrecer es la cerveza; esta podrá ir en su presentación original (recomendable), o como el cliente la desee (en copa o vaso).



De igual forma se llevara acabo la labor comercial de consecucion de clientes externos tales como hoteles, bares y restaurantes.

1.5 Ventajas Competitivas.

1. Somos la única empresa dentro del sector que ofrece a sus clientes gran variedad de cervezas artesanales de todo del mundo, aparte contamos con un amplio local comercial dotado de cómodas instalaciones que brindaran una mejor experiencia a los clientes al consumir nuestros productos.
2. Una ventaja que posee nuestra compañía es que comercializamos a clientes externos toda nuestra amplia variedad de cervezas artesanales.
3. Somos una franquicia con alto reconocimiento al nivel europeo, siendo la primera y única en nuestro país que representa a la marca **Beer Shooter**.
4. La capacidad de enseñar y educar a nuestros clientes sobre toda la oferta cervecera que dispondríamos, para ayudar a que su experiencia a la hora de tomar el riesgo de probar algo nuevo sea totalmente gratificante

1.6 Trámites y Costos.

“Paso 1. Consulte que sea posible registrar el nombre su compañía, es decir, que está disponible por no ser el de ninguna otra. Paso 2. Prepare, redacte y suscriba los estatutos de la compañía. Éstos son el contrato que regulará la relación entre los socios; y entre ellos y la sociedad. Paso 3. PRE-RUT. En la Cámara de Comercio, puede tramitar el PRE-RUT antes de proceder al registro. Es necesario presentar estatutos, formularios diligenciados, la cédula del representante legal y la de su suplente. Paso 4. Inscripción en el Registro. En la Cámara de Comercio llevarán a cabo un estudio de legalidad de los estatutos; debe tener en cuenta que es necesario cancelar el impuesto de registro, el cual tiene un valor del 7.5% x 1000 del monto del



capital asignado. Paso 5. Es obligatorio que con la empresa registrada y el PRE-RUT, se proceda a abrir una cuenta bancaria. Sin la certificación de apertura de la cuenta, la DIAN no procederá a registrar el RUT como definitivo. Paso 6. Con el certificado bancario se debe tramitar en la DIAN el RUT definitivo. Paso 7. Llevar el RUT definitivo aportado por la DIAN a la Cámara de Comercio para que en el Certificado de existencia y representación legal de la compañía, ya no figure como provisional. Paso 8. En la DIAN, se debe solicitar una resolución de facturación, en principio manual. Sin facturas es posible contratar, pero no se pueden cobrar los servicios. Paso 9. Toda compañía debe solicitar la Inscripción de Libros en la Cámara de Comercio; éstos serán el Libro de actas y el Libro de accionistas. La falta de registro de los libros acarrea la pérdida de los beneficios tributarios. Paso 10. Se debe registrar a la empresa en el sistema de Seguridad Social, para poder contratar empleados”. (Mprende, 2014.)

Estos serían los pasos necesarios que se deben seguir para constituir de forma efectiva una empresa en Colombia.

Al constituir la empresa se pegara mensualmente un impuesto de industria y comercio por un valor de \$461.484 mensuales en el primer año por ser una empresa nueva, el siguiente año el impuesto se cobrara dependiendo de los ingresos que haya obtenido está en su primer año. Anual mente se deberá renovar el registro mercantil entre el mes enero hasta finalizar el mes de marzo.



Tabla 1.1 Trámites y costos de constitución

TRAMITE	COSTO UNICO	MENSUAL	ANUAL
Consulta de homonimia	\$0	-	-
Preparación de estatutos	\$0	-	-
Rut	\$0	-	-
Formulario de registro	\$4.500	-	-
Registro en cámara	\$34.000	-	-
Matricula Mercantil	\$167.000	-	X
Nombramientos	\$86.000	-	-
Certificado de existencia y representación legal	\$4.500	-	-
Renta departamental	\$45.000	-	-
Apertura cuenta bancaria	\$200.000	-	-
Inscripción en libros x2	\$22.490	-	-
Pago del impuesto industria y comercio	\$461.484	-	-
Total gastos de constitución	\$1.024974		

Fuente: Creación propia, 2015.



CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR

2.1 Entorno

2.1.1 Antecedentes

“El origen de la cerveza y su evolucion a lo largo del tiempo nos remonta a que sea la bebida fermentada mas antigua de la civilizacion debido al inicio de la agricultura y al trabajo de la tierra por la sociedad, donde se tiene mayores indicios en Mesopotamia y Sumeria (11.000 a.c). Esta bebida era exclusiva de las mujeres; quienes, mientras su hombres hacian la guerra ellas se dedicaban a las labores de sus hogares y donde aprendieron la fabricacion de “pan liquido” iniciando y marcando en la historia la luz de las cervezas.La produccion de cerveza en su proceso mas basico se obtiene de cereal fermentado y a medida de que este arte se extendio por el mundo las sociedades antiguas comenzaron a utilizar cualquier cereal que estuviese disponible, por ejemplo los chinos al igual que las civilizaciones precolombinas de América utilizaban maíz para su elaboración. De manera similar, en la antigua Britania se elaboraba cerveza a base de trigo malteado antes de que los romanos introdujeran la cebada. Los rusos utilizaban centeno para hacer “cuás” como era llamada en esa región. Los egipcios elaboraban la cerveza a partir de panes de cebada poco cocidos que dejaban fermentar en agua. La llamaban "zythum" que significaba vino de cebada, Debido a esto es que se considera a la cerveza como uno de los elementos más importantes para la civilización, ya que en cualquier lugar donde se instaura una colonia esta para su supervivencia debía de producir sus propios alimentos lo que las llevaba a la agricultura, caza y otros medios para abastecerse; El conocimiento de la elaboración de cerveza se expandió en todo el mundo y rápidamente las civilizaciones fueron produciendo diferentes tipos de cerveza a base de los distintos cereales disponibles que obtuvieran según donde estuvieran ubicados. En los países nórdicos con climas muy fríos como Alemania o Inglaterra, la cebada se cultivaba mejor que la uva, por lo que la producción de cerveza era mejor frente a la del vino, convirtiéndose así éstas regiones, en grandes productoras de cervezas.



Entre los siglos XIV y XVI surgen las primeras grandes fábricas cerveceras, entre las que destacan las de Hamburgo y Zirtau. A finales del siglo XV, el duque de Raviera Guillermo IV promulga la primera ley de pureza de la cerveza alemana, que prescribía el uso exclusivo de malta de cebada, agua, lúpulo y levadura en su fabricación, La época dorada de la cerveza comienza a finales del siglo XVIII, con la incorporación de la máquina de vapor a la industria cervecera y el descubrimiento de la nueva fórmula de producción en frío; culmina en el último tercio del siglo XIX, con los hallazgos de Pasteur relativos al proceso de fermentación y así Europa se convirtió en el continente potencia en la elaboración de la cerveza” (Bavaria, 2015).

Basados en estos datos podemos conocer la historia del nacimiento de la cerveza, su elaboración y el gran impacto que ha generado esta bebida en todas las culturas; posicionándola como la bebida más consumida y más premiadas de todos los tiempos

2.1.2 Analisis Del Sector Colombiano

“**Colombia** se encuentra situada en la región noroccidental de América del Sur, Está organizada políticamente en 32 departamentos con una ciudad capital llamada santa fe de Bogotá; La superficie de Colombia es de 2 129 748 km², de los cuales 1 141 748 km² corresponden a su territorio continental y los restantes 988 000 km² a su extensión marítima, de la cual mantiene un diferendo limítrofe con Venezuela y Nicaragua. al este con Venezuela y Brasil, al sur con Perú y Ecuador y al noroeste con Panamá; en cuanto a límites marítimos, colinda con Panamá, Costa Rica, Nicaragua, Honduras, Jamaica, Haití, República Dominicana y Venezuela en el mar Caribe, y con Panamá, Costa Rica y Ecuador en el océano Pacífico. Colombia es la única nación de América del Sur que tiene costas tanto en el Océano Pacífico como en el Atlántico, en los que posee diversas islas como el Catalina. El país es la cuarta nación en extensión territorial de América del Sur y, con alrededor de 47 millones de habitantes, la tercera en población en América



Latina. Es la tercera nación del mundo con mayor cantidad de hispanohablantes. (Wikipedia, 2015)

Tabla 2.2 Características de Colombia

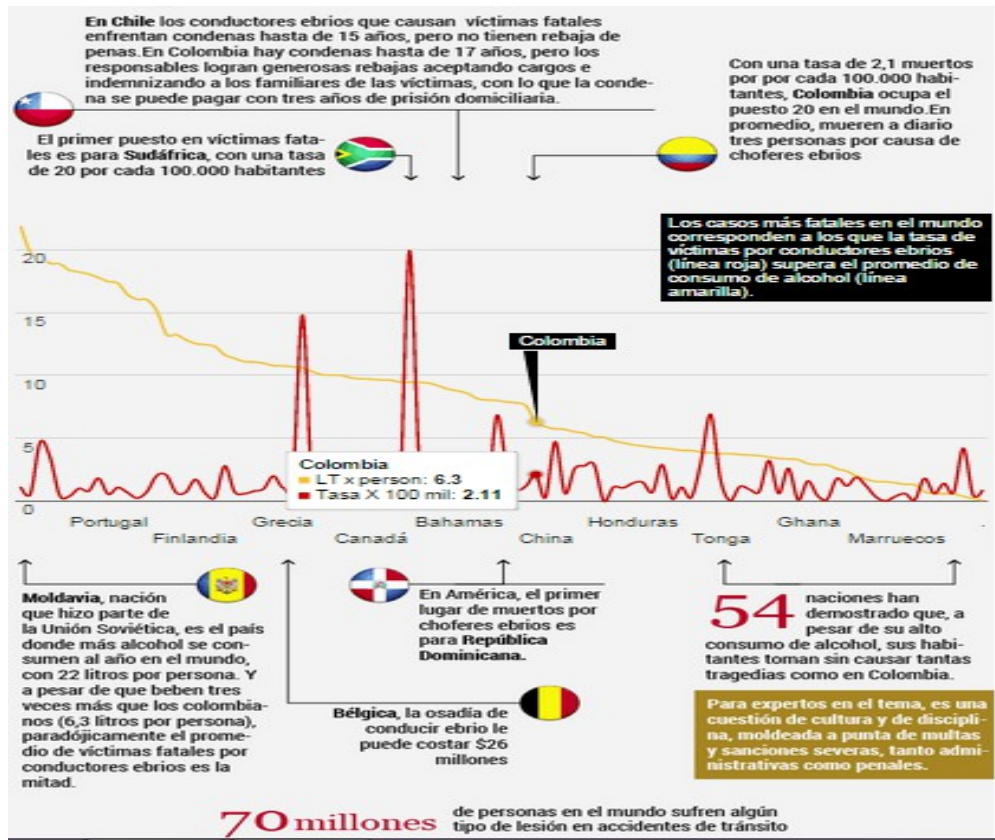
 		Independencia Declarada de España 20 de julio de 1810 (204 años) Definida 7 de agosto de 1819 (195 años)	Miembro de: UNASUR, ONU, Alianza del Pacífico, OEA, CAN, FLAR, FIFA, Mercosur ⁴ , UL, CIVETS, ABINIA, Orea, BCIE, OEI, FAO, G-3, G-77, Grupo de Río, IADB, IBRD, ICAO, IFAD, CFI, IFRC, OMS, OIT, FMI, IMO, Interpol, ISO, ITU, NAM, OPANAL, UNCTAD, Unesco, UNHCR, UNIDO, UPU, WIPO, WMO, OMC OMT, AEC.
Lema: <i>Libertad y orden</i> Himno: <i>Himno nacional de Colombia</i> 0:00		Superficie • Total 1 141 748 km ² • Agua (%) 8.8 %	
		Fronteras 6004 km Línea de costa 3208 km Punto más alto Pico Cristóbal Colón Pico Simón Bolívar	
Capital Bogotá 4° 39' N 74° 3' O		Población total • Estimación 47 846 160 hab. (2014) ¹ • Densidad (est.) 41,91 hab./km ²	
Ciudad más poblada Bogotá		PIB (PPA) • Total (2014) US\$ 553 462 millones ²	
Idioma oficial Español ¹		PIB (nominal) • Total (2014) US\$ 388 858 millones ² • Per cápita US\$ 8150.34 ²	
Gentilicio colombiano/a		IDH (2013) 0,711 ³ (98.º) – Alto ³	
Forma de gobierno República presidencialista • Presidente Juan Manuel Santos • Vicepresidente Germán Vargas Lleras		Moneda Peso (\$) (COP) Huso horario COT (UTC-5) ³ Código ISO 170 / COL / CO Dominio Internet .co Prefijo telefónico +57	
		Prefijo radiofónico H3A-H3Z, S3A-SKZ Siglas país para aeronaves HK y HJ Siglas país para automóviles CO Código del COI COL	

Fuente: wikipedia, 2015.

2.1.3 Fuerzas Socioculturales

Colombia se caracteriza por ser un país muy alegre, lo que lleva a que continuamente su población este festejando por cualquier circunstancia durante gran parte del año. En estas festividades se acostumbra a tomar gran cantidad de cerveza y otras bebidas alcohólicas. Durante este tipo de festejos ocasionalmente surgen grescas, accidentes de tránsito, homicidios y robos, lo que ha generado que el gobierno implante medidas que ayuden a disminuir este tipo de acontecimientos; por medio de castigos y sanciones a las personas y establecimientos públicos que comercialicen estas bebidas a menores de edad o en horas prohibidas, pretendiendo concientizar a los ciudadanos y buscando modificar la cultura de los ciudadanos en el momento de ingerir alcohol.

Tabla 2.3 Colombia, entre los que tienen más accidentes por ebrios



Fuente: El espectador, 2013.



Tabla 2.4 el consumo de licor en colombia



Fuente: el país, 2013.

También encontramos problemas que pueden afectar a nuestra empresa, tales como el contrabando ocasionando que el precio de los productos legales no sea competitivo frente a estos, además promueve a que haya violencia en las calles. Otra situación que nos afecta es el licor adulterado, el cual atenta contra la salud de los consumidores y puede generar desconfianza en estos para ingerir productos nuevos como los nuestros.

Tabla 2.5 contrabando de licores en colombia



A diario, ingresan 2 tractomulas con 2.000 cajas c/u de licor de contrabando al país



Cada caja contiene 12 botellas, las cuales son vendidas a precios entre \$30.000 y \$45.000, es decir, el licor de contrabando asciende a cifras entre **U\$290 y 450 millones**

Fuente: Dian, 2013.

A pesar de que los colombianos prefieren las cervezas de tipo tradicional que son producidas en serie por grandes corporaciones, en los últimos años hemos visto e identificado una nueva tendencia a nivel social de personas que prefieren volcarse a lo nuevo y disfrutar de nuevas variedades de cervezas como las que nuestra marca ofrece, a esta persona se les ha llamado foodies.

2.1.4 Fuerzas Tecnológicas

Hoy en día las empresas crean e implementan nuevas tecnologías para aumentar los niveles de producción y calidad de sus productos. Dentro del sector cervecero artesanal en Colombia, encontramos a las industrias locales muy atrasadas en la maquinaria utilizada para producir sus cervezas. Esto ayuda a que nuestro producto sea más atractivo para la sociedad, ya nuestra gran variedad de cervezas artesanales cuenta con altos estándares de calidad y certificaciones, gracias a sus métodos innovadores y tecnología de punta; haciendo que nuestro producto tenga mayor calidad al de las cervezas artesanales de Colombia.

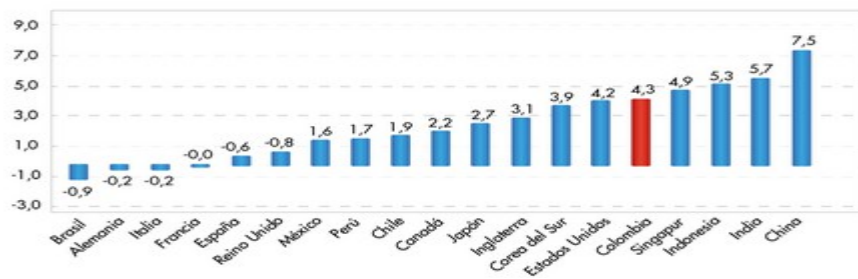
Además los grandes continentes como el de Europa ya tienen un recorrido y una experiencia en la elaboración de la cerveza artesanal lo cual es un factor determinante que favorece ampliamente a la calidad de sus productos ya que le generan mucho más valor agregado.



2.1.5 Fuerzas Economicas

La economía Colombiana en sus últimos 24 años, ha implementado nuevas medidas económicas que ha generado un impacto positivo en ella. Algunas de estas medidas han sido los Tratados de Libre Comercio, las Alianzas Estratégicas, acuerdos con grandes organizaciones, entre otros. Esto hace que el país tenga un desarrollo industrial, vial, portuario y aéreo que va en pro del aumento de nuestra competitividad en los mercados internacionales e impulse al crecimiento del PIB nacional mediante la inversión extranjera directa o indirecta, baja inflación, un precio de moneda estable, buenas tasas de interés y protección para los inversionistas y empresas extranjeras que busquen ingresar al país; A partir de esto se busca que la sociedad tenga una mejor calidad de vida y un aumento de los ingresos de los ciudadanos, esto les permitirá tener un mayor poder adquisitivo y un aumento del consumo de productos que el mercado ofrece. Estas medidas brindan una gran oportunidad a corto y largo plazo para que nuestro negocio prospere.

Tabla 2.6 Colombia la 5 economía que mas crece

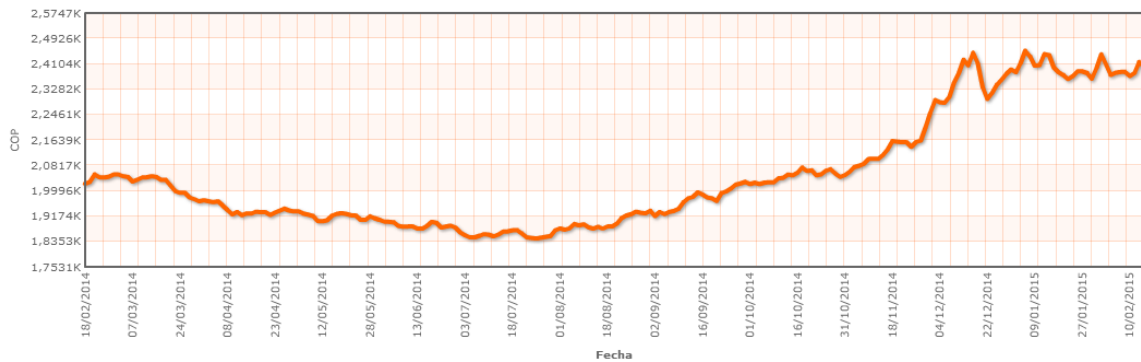


Otro aspecto muy importante que debemos tener en cuenta para la prosperidad de nuestra empresa, es el comportamiento de las divisas; en este momento el dólar está teniendo una reevaluación constante y se espera que siga aumentando. Así como también la Unión Europea está tomando medidas que harán el valor del euro aumentar, generando que los productos de importación tengan un valor más alto al momento de adquirirlos haciéndolos menos competitivos en el mercado. Otro punto a tener en cuenta es los altos impuestos que se deben pagar en nuestro país ya que por un lado la política exterior aún protege



demasiado algunos sectores de la industria colombiana, esto nos afectaria directamente el costo para poder ingresar nuestros productos al pais. Como nuestra empresa es plenamente importadora, afectaria seriamente nuestro futuro.

Tabla 2.7 Crecimiento del dólar frente al \$ colombiano



2.1.6 Fuerzas Ambientales

Colombia es un país con una gran riqueza ambiental la cual el estado trata de proteger mediante leyes y entidades que vigilan y controlan las industrias para que todos los procesos de desechos sean tratados de una manera adecuada con el fin de preservar en buen estado el medio ambiente y las especies que en el habitan.

Las cervezas artesanales tienen un proceso natural, lo que no ocasiona una contaminación ambiental, pero cabe resaltar que la materia prima para la elaboración de la cerveza es el agua y este es uno de los recursos ambientales más importantes, por ende se debe llevar un plan para hacer una buena administración de este recurso. Gracias a esto nuestro



producto es muy amigable con la naturaleza ya que despues de consumido su contenido tendria un proceso de reciclaje.

En nuestro establecimiento optaremos por tomar unas medidas ecologicas tales como: distribuir una serie de recipientes clasificados por tipos (biodegradables, plasticos y vidrios) en donde nuestros clientes depositen sus expensas según sea su clasificacion. Esto con el fin de preservar un ambiente limpio dentro y fuera de nuestras instalaciones ayudando a proteger el ecosistema

2.1.7 Fuerzas Políticas Y Legales

Colombia es un estado social de derecho democratico, donde el estado no interviene en la produccion de los diferentes sectores economicos del pais; pero vigila y regula mediante entidades publicas el buen funcionamiento de estas, velando por la estabilidad economica del pais.

Nuestro pais politicamente posee un sistema de republica democratica donde el pueblo elige un presidente con la mitad mas uno de los votos. Tambien el pueblo elige por medio del voto a sus congresistas quienes son los que proponen las leyes para beneficio del pueblo.

El gobierno colombiano esta dividido por tres ramas:

1. La rama legislativa (congreso y senado)
2. La rama ejecutiva (presidencial)
3. La rama judicial (fiscalia)

Actualmente nuestro pais atravieza una guerra interna que a perdurado por mas de 50 años, esto ocurre por el surgimiento de los grupos al margen de la ley que no estan de acuerdo con las politicas implantadas por el gobierno colombiano. Esto causa que lhaya mucha inseguridad en la poblacion, porque estas bandas criminales atentan contra la



integridad de las personas, la infraestructura vial y urbana, entre otros. Para solucionar esta problemática el gobierno esta buscando dar fin a esta guerra mediante un tratado de paz con estos grupos, lo cual seria muy beneficioso para la economia del pais; ya que la mayor parte del presupuesto del pais esta destinado para la guerra y reparar los daños ocasionados por esta. Si este proceso se logra, los sectores economicos del pais se veran beneficiados; debido a que el presupuesto del pais ya seria invertido en la educacion, infraestructura y salud. Esto seria muy favorable para nosotros, porque se nos reducirian los costos logísticos, tendríamos mas seguridad en el transporte de nuestra mercancia y haria nuestro producto mas competitivo en el mercado.

Por otra parte, la entrada de bebidas alcoholicas al pais tiene el arancel mas costoso de suramerica, subiendo hasta el 15%. Acontinuacion en la siguiente tabla se mostrara los aranceles para la cerveza en los pises de la region:



Tabla 2.8 Arancel General para la cerveza en lationamerica

País	Gravamen
BOLIVIA	0.00 %
ECUADOR	0.00 %
PERU	0.00 %
VENEZUELA	0.00 %
ANTIGUA Y BARBUDA	0.00 %
BARBADOS	0.00 %
BELICE	0.00 %
DOMINICA	0.00 %
GRANADA	0.00 %
GUYANA	0.00 %
JAMAICA	0.00 %
MONSERRAT, ISLA	0.00 %
SAN CRISTOBAL NIEVE	0.00 %
SAN VICENTE Y LAS GR	0.00 %
SANTA LUCIA	0.00 %
TRINIDAD Y TOBAGO	0.00 %
ARGENTINA	4.65 %
BRASIL	3.00 %
MEXICO	0.00 %
PARAGUAY	2.10 %
URUGUAY	3.00 %
CUBA	0.00 %
EL SALVADOR	0.00 %
HONDURAS	0.00 %

Fuente: prochile, 2011.

Sumado a este arancel, tambien debemos pagar el iva y el impuesto departamental por el transito de la mercanmcia dentro de estos; esto hace que nuestro producto sea mas costoso del mercado y menos atractivo para los consumidores



2.2 Sector

2.2.1 Sector Al Que Pertenece

Nuestro producto se encuentra ubicado en el sector de las bebidas alcoholicas, este producto ha dejado de ser un producto complementario en la carta de restaurante, bares y demás lugares de interés público, para convertirse en el compañero predilecto del público en cualquier lugar; este sector en los últimos años ha tenido un crecimiento promedio del 11% (Revista la Barra, 2014). Basados en este y otros datos estadísticos se puede diagnosticar la alta rentabilidad que genera este sector, el sector cervecero está dividido cerveza tradicional liderado por Bavaria en su 99% y la cerveza artesanal la cual apenas está creciendo, pero crece a pasos agigantados.

2.2.2 Tamaño Del Sector

“El consumo anual aproximado en Colombia de esta bebida alcohólica a base de cebada y lúpulo es de 21,6 millones de hectolitros, de los cuales tan solo 30.000 hectolitros se venden como cervezas artesanales. Aunque lo que cubren del mercado no llega a ser ni siquiera de 1% (0,13% exactamente), las ventas de este nicho vienen creciendo como la espuma” (Perez, 2013).

lo que hace preveer que nuestra marca y productos tendra éxito en el mercado y ayudara a impulsar el crecimiento del consumo de la cerveza artesanal en colombia y la rentabilidad que ofrece este sector.

2.2.3 Tendencias De Crecimiento, Rentabilidad Y Proyeccion En Ventas

“Según Juan Camilo Salazar, gerente general de Inducerv, compañía que comercializa la marca Apóstol (antes San Tomás), el mercado viene creciendo entre 30%



y 40% en el último año, lo que significa que se está creando una nueva cultura de consumo de cerveza. “El auge de la predilección por la cerveza artesanal en un pub no es una moda, es la respuesta a un sector que no estaba siendo atendido”(Salazar, J. C, 2013).

Esto indica que los consumidores están empezando a inclinarse por la cerveza artesanal, siguiendo la tendencia global del mercado.

“El consumo de alcohol per cápita entre los colombianos es de 4.2 litros al año, y estos se dividen en un 66 por ciento en cerveza, un 33 por ciento en licores”. (Organización Mundial de la Salud, 2014)

2.2.4 Estructura Del Sector

El consumo de cerveza en Colombia está monopolizado por Bavaria, que domina el 99% del mercado. Sin embargo, esto no ha detenido a empresarios que desarrollan el mercado de cerveza artesanal el cual tiene una participación del 1% y venden sus marcas en sus propios pubs. Ellos han impactado exitosamente a consumidores de medio y alto ingreso creando productos novedosos y generando un nuevo nicho con altas proyecciones y altos márgenes de rentabilidad.

2.2.5 Factores Claves De Exito Del Negocio

Los factores claves para triunfar con nuestra idea de franquicia, serán las siguientes:

- ✓ Obtener los mejores precios de compra con el proveedor internacional, con el fin de hacer nuestra cerveza artesanal mas atractiva y competitiva en mercado.
- ✓ Tener una excelente cadena logistica con buenos proveedores de servicios para reducir los costos y aumentar el justo a tiempo



- ✓ Para una alta diferenciación de nuestra marca, el establecimiento tendrá una ambientación única que cautivará la mente de las personas y la forma de consumir cerveza.
- ✓ Buen manejo de publicidad en las redes sociales, ya que estas generan más impacto que la tradicional; dentro de estas redes encontramos Facebook, Instagram y Twitter, entre otras.
- ✓ Contar con cervezas artesanales de alta calidad, que cuenten con premios y certificaciones internacionales que le den un valor agregado.

2.2.6 Cadena De Valor De La Industria

Nuestra cadena de valor estará basada en hacer un análisis detallado de todas las actividades que intervienen en la adquisición, transporte, comercialización y servicio del producto; para lograr ejecutarlas de la mejor manera posible y poder obtener un mayor reconocimiento de nuestra marca, productos y servicios que ofreceremos al mercado.

2.2.7 Barreras De Ingreso

Para el ingreso de nuestro producto, la base gravable para el impuesto al consumo de los productos extranjeros es el valor en aduana de la mercancía, incluyendo los gravámenes arancelarios, adicionado con un margen de comercialización equivalente al 30%. El impuesto al consumo se liquida y paga en el momento de la importación. Dentro de la tarifa del 48% aplicable a cervezas y sifones, están comprendidos ocho (8) puntos porcentuales que corresponden al impuesto sobre las ventas. En ningún caso el impuesto pagado por los productos extranjeros será inferior al promedio del impuesto que se cause por el consumo de cervezas, sifones, refajos y mezclas de bebidas fermentadas con



bebidas no alcohólicas, según el caso, producidos en Colombia. No se detecta ninguna

barrera para-arancelaria que pueda afectar la comercialización de este producto.

Para la importación de este producto se requiere diligenciar ante el Instituto para la Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA, el registro sanitario, cuyos requisitos se encuentran establecidos en el decreto 2311 de 1996. De acuerdo a lo establecido en la página web del INVIMA, el registro sanitario para la importación de cerveza (marzo 2011) tiene un costo de Co\$2'356,640 (US\$ 1.273 aprox.)

Ante esta entidad también se debe tramitar los permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas. A continuación mostraremos un ejemplo de etiquetado de productos Según la Circular 014516, de octubre 15 de 1998, se establece la información que debe dársele al consumidor a través de las etiquetas, destacando las siguientes:

Etiqueta: La Etiqueta del producto deber llevar impreso el nombre de la cerveza, el año, el país de origen, la marca y/o fabricante y, especialmente, el texto que indica:

“EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD”. Dicho requerimiento es obligatorio para la comercialización de cualquier licor en el mercado colombiano.



Fuente: prochile, 2011.

2.2.8 Competidores

A nivel nacional no encontramos boutique de cervezas artesanales ni franquicias que se asemejen a la nuestra. En este momento existen en el país 21 empresas dedicadas a la producción y comercialización de estas, con excepción de la compañía Bogota Beer



Company que ademas de producir y comercializar cuentan con sus propias tiendas; esta empresa abarca el 80% del mercado en esa ciudad. En Medellín donde sera ubicado nuestro local, encontramos pequeñas empresas que tambien venden productos similares al nuestro; tales como Tres Cordilleras y Apostol. A pesar de que este concepto de cerveza artesanal esta creciendo con fuerza en Colombia, no nos enfretaremos a un competidor que ofresca nuestra gran variedad de cervezas artesanales, ademas de la comercializacion y otros servicios con los que contamos.

2.2.9 Poder De Negociacion De Los Clientes Y Proveedores

En el proceso de negociacion con nuestros clientes y proveedores, es de alta prioridad que estos nos ofresca productos de alta calidad a precios bajos, ya que los altos costos arancelarios para poder ingresar al pais harian que estos productos tengan altos costos y sean poco competitivos en el mercado, ademas por ser una franquicia nueva en Colombia, debemos tener tiempo para poder lograr un posicionamiento fuerte en el mercado; y asi garantizar una aceptacion de nuestra marca y producto.

2.2.10 Productos Sustitutos

Dentro de este mercado la cerveza artesanal cuenta con varias bebidas sustitutas tales como: aguardiente, ron, tequila, vodka, cocteles, shots, vinos y otras bebidas alcoholicas que ofrecen al consumidor frescura y agrado, esto nos sirve como ejemplo para tomar mejores estrategias de mercado y lograr que muchas personas se inclinen a favor de nuestra gran variedad de cervezas.



CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1 Objetivos de Mercadeo

Corto plazo.

- Lograr un reconocimiento a nivel local.
- Implantar una nueva cultura cervecera.

Mediano Plazo

- Obtener un crecimiento del 50% en 5 años.
- Ser lideres dentro del mercado de cervezas artesanales importadas a nivel local.

Largo Plazo

- Expandirnos a nivel nacional.
- Ser la franquicia mas especializada en cerveza artesanal de Colombia.



3.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

Nuestra franquicia se caracteriza por ofrecer a sus clientes una amplia gama de cervezas artesanales con altos estándares de calidad, nuestros productos son originarios de diferentes partes del mundo ubicadas en un solo sitio, para brindarte la mejor experiencia a nuestros clientes al tomar cerveza.

Contamos con cervezas artesanales de diferentes volúmenes de alcohol iniciando desde 0% hasta 14%, al igual es importante hacer referencia a los colores que la caracterizan, entre ellos encontramos el marrón, rojizo, dorado, rubia, negra, oscura, ámbar tanto clara como oscura, cobre, roja, rosada y clara. Estas cervezas son originarias de diferentes partes del mundo; contamos con cervezas de: Bélgica, Irlanda, Escocia, Francia, Alemania, Estados Unidos, Inglaterra, Italia, Austria y otros lugares.

Este tipo de cerveza vienen en presentación de 250, 330, 350, 500, 660 y 750 cc; elaborados a base de diferentes tipos de malta como palé-ale, caramelo, malta Múnich, maris otter, lager entre otras. También se fabrican con diferentes clases de lúpulos como: magnum, hallertau, aromático, simcoe, yakima, además de otras variedades de trigos y cebadas.

Tabla 3.9 Ficha técnica y características



KROMBACHER SIN

La Krombacher sin alcohol es un placer de cerveza muy especial: En una amplia encuesta entre consumidores, Krombacher sin alcohol fué la clara favorita entre las cervezas sin alcohol.

De Sabor seco amargo, con gran presencia de malta y lúpulo.

Espuma fina y espesa de larga duración.

Baja en calorías, recomendada para la recuperación después de hacer deporte, alternativa a los refrescos y a las bebidas energéticas.

De estilo Germany premium lager alkoholfrei.

Envases: Botella de 33cl (24 uds./caja).

Tipos de malta empleados: Malta Pils, Cara 120 francesa de invierno y verano.

Variedades de lúpulo empleadas: Saaz, Sladek.

Fuente: Beer Shooter, 2015

Tabla 3.10 Ficha Técnica Y Características



Baladín Isaac

Cerveza artesanal italiana, 5% de alcohol, de alta fermentación.

La Baladín Isaac es una cerveza de trigo de inspiración witt belga. El color es ámbar claro intencionadamente turbio con espuma blanca, espesa de duración media.

En el aroma encontramos albaricoque, levadura y cítricos típicos de este estilo como son el cilantro y la naranja.

El sabor es equilibrado, afrutado con notas de albaricoque, pera y los cítricos del aroma con final ligero y refrescante.

Ideal como aperitivo, entremeses ligeros con verdura o pescado fresco.

Envases: Botella de 33cl (12 uds./caja); botella de 75 cl. (6 uds/caja).

Tipos de malta empleados: Malta propia, trigo.

Variedades de lúpulo empleadas: Belgas, Alemanas.

Fuente: Beer Shooter, 2015

Tabla 3.11 Ficha Técnica Y Características



BROOKLYN BLACK CHOCOLATE STOUT

Cerveza americana , 10% de alcohol, de alta fermentación.

Esta Rusian Imperial Stout, se elabora para la temporada invernal, con la combinación de tres mostos distintos, cada cual, de una malta tostada diferente.

La Brooklyn Black Chocolate Stout presenta un negro azabache profundo, casi opaco, con una espesa espuma color canela de alta retención.

Los aromas son complejos a chocolate negro, café y sutilmente a regaliz con dulzura ligera más apreciable con el aumento de temperatura. Es aterciopelada, sedosa, potente y espesa.

Sabor a chocolate, cacao, malta tostada y levemente alcohólico con final ligeramente amargo.

Es una fiel candidata para su envejecimiento en la botella donde se suaviza el chocolate, tanto en el aroma como en el sabor.

Envases: Botella de 33cl (24 uds./caja).

Tipos de malta empleados: Malta Pale americana de dos carreras, Malta caramelizada, trigo malteado y una mezcla de malta americana tostada y cebada.

Variedades de lúpulo empleadas: Willamette, Fuggle americano.

Fuente: Beer Shooter, 2015



Tabla 3.12 Ficha Técnica Y Características



Samichlaus

Cerveza especial fuerte, austriaca, 14% de alcohol, de baja fermentación.

De color rojizo, aromas a Coñac, cuerpo firme, tiene toques de cereza y crema catalana, con un caluroso final a especias y pimienta.

Samichlaus es la cerveza de baja fermentación más fuerte del mundo.

Después de embotellada aún puede envejecer durante años en la botella.

Conseguir una cerveza de 14% a base de fermentación es casi imposible, porque la levadura que trabaja en los mostos de cerveza suele morir al alcanzarse un porcentaje de alcohol del 11-12%. El cervecero de Hürlimann se dedicó durante años a seleccionar sus levaduras para que fueran capaces de resistir estas condiciones especiales.

Resulta muy difícil combinarla con comida. Se considera más como un brandy, de postre como copa y con chocolate negro!!

Envases: botella de 33 cl. (24 uds./caja), series limitadas en botellones de 2 l. o 3 l.

Tipos de malta empleados: malta pálida, malta munich y malta tostada.

Variedades de lúpulo empleadas: secreto de la casa

Fuente: Beer Shooter, 2015

Toda la gran variedad de cervezas artesanales que ofrecemos sirven para acompañar las ensaladas, carnes, quesos, postres y demás comidas; además se pueden disfrutar en cualquier momento.

Uno de nuestros objetivos principales es tramitarle a nuestros clientes un conocimiento detallado de cada una de las cervezas que ofrecemos, Además de los beneficios a la salud que contiene la cerveza artesanal al tomarla moderadamente (2 cervezas al día).



Tabla 3.13 Beneficios De La Cerveza



3.3 Costos De Productos

Al ser Beer Shooter una franquicia, el aprovisionamiento de nuestros productos será realizado a través del franquiciador establecido en Barcelona España el cual nos dará un precio FOB de toda la mercancía que será importada. Los otros costos logísticos hasta nuestra ciudad serian asumidos por Inversiones JVJ S.A.S.



Tabla 3.14 Precios por unidad de cada una de las cervezas

NOMBRE DE LA CERVEZA	Precio
Westmalle Dubbel	€ 3,18
Weihenstephan Vitus	€ 2,13
Weihenstephan Pilsner	€ 4,00
Weihenstephan Korbinian	€ 2,41
Weihenstephan Hefe Weiss	€ 2,11
Weihenstephan Hefeweiss Dunkel	€ 2,11
Viven Smoke Porter	€ 3,39
Viven Imperial Ipa	€ 2,90
Viven Bruin	€ 2,75
Viven Blond	€ 2,75
Viven Ale	€ 2,75
Vicaris Generaal	€ 2,40
Trooper	€ 1,99
Tripel Karmeliet	€ 2,65
Trappistes Rochefort 8	€ 2,59
Steenuilke	€ 2,90
St. Bernardus Tripel	€ 2,42
St. Bernardus Prior	€ 4,50
St. Bernardus Pater	€ 1,66
St. Bernardus Abt	€ 4,00
Sierra Nevada Torpedo Ipa	€ 2,85
Sierra Nevada Pale Ale	€ 2,80
Shepherd Neame Spitfire	€ 1,24
Shepherd Neame Bishops Finger	€ 1,24
Schnitzer Bräu	€ 4,79
Scotch Silly	€ 2,10
Satan Red	€ 2,52
Samuel Smith Taddy Porter	€ 2,70
Samuel Smith's Imperial Stout	€ 2,70
Samuel Adams Boston Lager	€ 2,90
Samichlaus	€ 2,98
Rodenbach Grand Cru	€ 2,90
Rochefort 8	€ 3,88
Rochefort 6	€ 2,39
Rochefort 10	€ 2,39
Porterhouse Wrasslers	€ 4,38
Porterhouse Oyster Stout	€ 3,50
Piraat 75cl	€ 4,66
Piraat	€ 2,27
Palm	€ 1,70
Orval	€ 2,30
Omer Traditional Blond	€ 1,99
O'hara's Stout	€ 2,90
O'hara's Red	€ 2,90
Lucifer	€ 2,85
Lindemans Peche	€ 1,90
Lindemans Kriek	€ 1,37
Lindemans Geuze	€ 1,35
Lindemans Framboise	€ 1,43
La Chouffe	€ 3,05
La Corne Triple	€ 2,50
La Corne Blond	€ 2,78
La Belga	€ 3,75
Kwak	€ 1,67
Achel Blond	€ 2,75
Aktien Annon 25	€ 2,00



Aktien Hell	€ 2,00
Baladin Isaac	€ 2,98
Baladin Open Rock & Roll	€ 3,00
Baladin Super Bitter	€ 3,00
Barbar	€ 1,80
Belli Bock	€ 1,60
BREWDOG 5 Am	€ 2,00
Brewdog Dean Pony Club	€ 2,05
Brewdog Hard Core	€ 2,95
Brewdog Jack Hammer	€ 2,85
Brewdog Libertine Black Ale	€ 2,95
Drewdog Punk Ipa	€ 1,90
Brew Dog Punk Ipa Lata	€ 2,40
Brew Dog Punk Ipa 66cl	€ 4,35
Brooklyn Black Chocolate Stout	€ 2,50
Browklyn Brown Ale	€ 2,80
Brooklyn East Ipa	€ 2,50
Brooklyn Lager	€ 2,75
Buffalo Bitter	€ 2,44
Bush Ambrée	€ 3,12
Bush Blonde	€ 3,09
Bush Peche Mel	€ 2,30
Cannabis	€ 2,00
Cuvee Des Trolls	€ 1,43
Chimay Azul	€ 2,23
Chimay Doree	€ 1,95
Chimay Roja	€ 2,15
Chimay Triple	€ 2,15
Delirium Nocturnum	€ 2,09
Delirium Tremens	€ 2,95
Duchesse De Bourgonge	€ 2,40
Duvel	€ 1,75
Gouden Corolous Classic	€ 2,03
Gulden Draak	€ 2,50
Gulden Draak 9000	€ 2,36
Harviestoon Bitter & Twisted	€ 2,90
Harviestoon Old Engine Oil	€ 3,00
Hommelbier	€ 1,83
Hopus	€ 3,50
Kapittel Pater	€ 2,60
Kasteelbier Bruin	€ 3,50
Kasteelbier Tripel	€ 3,50
Kiss Destroyer	€ 3,08
Krombacher Sin Alcohol	€ 1,02

Fuente: Beer Shooter, 2015

(En los apéndices 1, 2, 3 y 4 podemos ver la cotización de estas cervezas artesanales en términos EXW).

NOMBRE DEL PRODUCTO: Cervezas Artesanales

POSICION ARANCELARIA: 2203.00.00.00

CANTIDAD: 3.000 unidades, distribuidas 110 cajas



PESO Y/O VOLUMMEN: Peso bruto total de 2.011 kg. Volumen total 4.046 Mt 3

En la siguiente tabla se encuentra discriminado lo valores específicos de cada tramite que corresponde a cada uno de los “INCOTERM”, con el fin de mostrar el valor real de esta importación.

Tabla 3.15 Costos De Importación

Descripción	Total mercancía en pesos	Total mercancía en USD
Valor EXW	21'180.301,34	8.884,69
Valor FOB	21'831.455,53	9.157,83
Flete internacional	558.904,36	234,44
CAF	83.536,85	35,00
Valor CFR	22'473.896.74	9.427.27
Seguro Internacional	238.391,00	100,00
Valor CIF	22'712.287.74	9527.27
Desconsolidación	176.790,76	74,17
Uso de Instalaciones	143.034,60	60,00
Costos portuarios	715.173,00	300,00
Bodegajes	357.586,50	150,00
Valor DAT	24.104.872,60	10.111,44
Documentación	143.034,60	60,00
Fowarding Fee	59.597,75	25,00
Inscripción ante rentas Bolívar	357.586,50	150,00
Inscripción ante rentas Antioquia	357.586,50	150,00
Tornaguías	95.356,40	40,00
Valor DAP	25.118.214,35	10.536,44
Transporte Terrestre Ctg-Med	1'640.130,08	688,00
Agenciamiento aduanero	429.103,80	180,00



Impuestos	7'559.813,08	3.171,18
Seguro	119.195,50	50,00
Valor DDP	34.866.276.81	14.625,62

3.4 Agrupación de precios de cervezas artesanales y sus valores hasta DDP

En la siguiente tabla, se muestra el valor de cada INCOTERM correspondiente a las 3000 unidades de cerveza artesanal importadas divididas en 4 grupos de precios, empezando desde su valor inicial hasta el valor unitario de la cerveza artesanal adquirida en la franquicia BEER SHOOTER. Teniendo en cuenta que el grupo 1 cuenta con 19 tipos de cerveza artesanal lo que equivale a 570 unidades. El segundo grupo con 59 clases y un total de 1770 unidades. El tercer grupo tiene 15 marcas diferentes equivalentes a 450 unidades y un último grupo con 7 estilos de cerveza artesanal y un total de 210 unidades.

	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4
Descripción	1 - 1.99 €	2 - 2.99 €	3 - 3.99 €	4 - 4.99 €
Valor EXW USD	1.052,29	5.093,45	1.691,44	1.047,51
Valor FOB USD	1.104,17	5.254,69	1.732,39	1.066,58
Valor CFR USD	1.791,18	5.562,09	1.414,09	659,91
Valor CIF USD	1.810,18	5.621,09	1.429,09	666,91
Valor DAT USD	1.921,17	5.965,75	1.516,72	707,80
Valor DAP USD	2.001,92	6.216,50	1.580,47	737,55
Valor DDP USD	2.143,05	8.480,68	2.552,56	1.449,33
Valor Unitario DDP USD	3,76	4,79	5,67	6,90
Valor Unitario DDP en pesos	8.963,50	11.418,93	13.516,77	16.448,98

3.16 Tabla Discriminación en Grupos de Todas las Cervezas Artesanales Importadas.

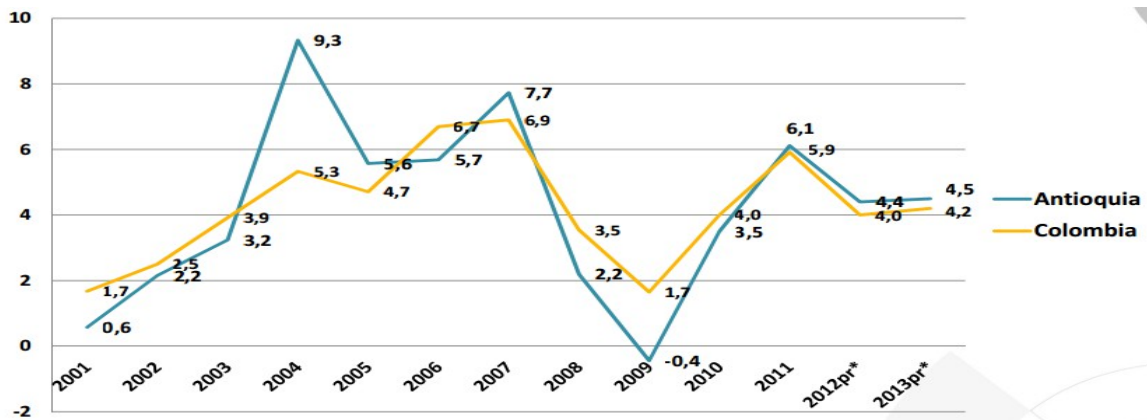
Fuente: Creación Propia



3.5 El Mercado Meta

Nuestro mercado meta seran los habitantes de la ciudad de Medellin y su area metropolitana, este mercado se selecciono debido a que los socios residen en esta ciudad, segundo porque Medellin es la ciudad con mas crecimiento economico del pais con un 4% y una participacion del 11% del PIB nacional, contando con un salario promedio de sus habitantes de 1.100.000 \$ (según el periodico El tiempo), tercero porque desde Medellin se puede atender un mercado de 2.751.108 personas (2014) de los cuales 1,626,989 son mayores de edad y el 86% de estos son constantes consumidores de cerveza, cuarto porque en Medellin se cuentan con un gran talento humano , ademas contamos con una excelente infraestructura, quinto porque Medellin en el ambito internacional tiene una gran acogida por inversionistas extranjeros y por ultimo porque este mercado cada vez demanda mas y es mas exigente con los productos que les ofrece el mercado, a su vez implementa nuevos mercados, lugares y constumbres que han impactado de forma positiva la perspectiva de los extranjero de nuestra ciudad y ha impulsando el crecimiento de estos visitantes igualando la cantidad de turistas extranjeros que visitan la ciudad de Cartagena .

Tabla 3.17 El PIB de Antioquia asciende a USD 47.000 millones, crecerá cerca de 4,5 % en 2013 y por tercer año consecutivo crece más rápido que el país.



Fuente: camara de comercio, 2013



3.6 Perfil del Mercado Potencial De Bienes y/o Servicios

El proyecto se llevara acabo en la ciudad de Medellin y este ira dirigida a los hombres y mujeres mayores de 18 años, de un nivel socio economico medio, medio-alto y alto que cuenten con buenos ingresos y que les guste frecuentar bares, restaurantes, cafes y clubs buscando siempre nuevas sensaciones y nuevos productos.

Este publico es exigente porque siempre estan dispuestos a pagar por productos de alta calidad que les garantice un alto nivel de satisfaccion, el cual les permita alcanzar un nuevo nivel de conocimiento en cultura gastronomica y poder recomendarlo a los distintos focos sociales en los que se relacionan.

3.7 Cuantificación de los Clientes Potencial de Bienes y/o Servicios

El consumo de nacional de cerveza artesanal en el pais es del 1% (según el diario La republica, 2013). Nuestra franquicia se encuentra localizada en la ciudad de medellin, en esta encontramos 2 competidores directos; uno de estos es la empresa de cervezeria artesanal apostol, esta tiene un dominio del 60% del mercado local que representa los 17,600 hectrolitos, seguida de la empresa cervezera tres cordilleras la cual posee el 30% del dominio del mercado local con una produccion de 6,600 hectrolitos anuales (según Loaiza, S. I., y Rojas, L.G.A., 2013). por ultimo encontramos las otras empresas dedicadas a este misma labor que se encuentran ubicadas en diferentes lugares del pais con una participacion en el mercado local del 10%.



Con nuestros productos pretendemos arrebatar un 10% del mercado de estos competidores, lo que equivale a unos clientes potenciales de 1,399.

Tabla 3.18 Analisis del mercado potencial de la cerveza artesanal.

Criterios	Demanda	Fuente
Población mayor de 18 años en Medellín	1,626,989	Medellín y su población, 2014
Consumidores de cerveza en Medellín (86%)	1,399,211	Daza. P, A., y Jaramillo. M, E., 2014
Consumidores de cerveza artesanal (1%)	13,992	Pérez, D. V., 2013
Participación de la competencia: Inducerv 60%		Loaiza, S. I., y Rojas, L.G.A.,
Tres Cordilleras 30 % = 90%	12,592	2013
Otras productoras de cerveza artesanal 10%	1,400	
Mercado que pretende atacar Beer Shooter de las tres competencias 10%	1399	

Fuente: Creacion Propia

Figura 3.4 Participacion de Beer Shooter en el mercado de cerveza artesanal

El consumo de cerveza tradicional en Colombia es dominada en su 99% por la compañía Bavaria (según el diario la República, 2013). con una producción anual de 23 millones de hectolitros, además de su gran cantidad de plantas de producción en diferentes lugares del país y sus más de 6 marcas de cerveza, el otro 1% se ve representado por otras marcas de cerveza tradicional importadas de diferentes lugares del mundo.



Dentro de este mercado, nuestra franquicia pretende abarcar parte de esta población y fidelizarlas a estos al consumo de cerveza artesanal, para este mercado atacaremos el 0.1% del sector otros que equivale a 1,189 clientes con la finalidad de aumentar nuestro nicho de mercado.

Tabla 3.19 Analisis del mercado potencial de la cerveza tradicional.

Criterios	Demanda	Fuente
Población mayor de 18 años en Medellín	1,626,989	Medellín y su población, 2014
Consumidores de cerveza en Medellín 86%	1,399,211	Daza. P, A., y Jaramillo. M, E., 2014
Consumidores de cerveza tradicional 99%	1,189,329	Pérez, D. V., 2013
Participación de Bavaria en el mercado 99%	1,177,435	Pérez, D. V., 2013
Participación de otras empresas 1%	11,894	
Mercado que pretende atacar Beer Shooter de las 2 competencias 0,1%	1,189	

Fuente: Creacion Propia

Figura 3.5 Participacion de Beer Shooter en el mercado de cerveza tradicional

Al analizar estos 2 mercados y visualizar la demanda que cada uno de ellos posee, hemos decidido atacar proporcionalmente una parte de estos dandonos como resultado final un total de 2,588 clientes potenciales.



Acontinuacion describiremos la proyeccion de crecimiento anual de nuestra empresa durante los proximos 5 años, al analizar las estadisticas de este sector del mercado, pronosticamos para nuestro establecimiento un crecimiento del 40% en los primeros 5 años.

Tabla 3.20 Proyeccion de ventas y crecimiento

	Consumo Mensual	Consumo Anual
Primer Año	2,000	24,000
Segundo Año	2,200	2,6400
Tercer Año	2,400	2,8800
Cuarto Año	2,600	31,200
Quinto Año	2,800	33,600

Fuente: Creacion Propia

3.8 Gastos Preoperativos De Análisis Del Mercado

Para nuestro analisis del mercado, nos hemos basado en los estudios, estadisticas, documentos y otras fuentes que hemos encontrado investigando atravez de las diferentes



paginas web que nos brinda la internet. Por este motivo no hemos incurrido en gastos operativos para lograr nuestro analisis del mercado.

3.9 Mercado Competidor

Dentro del mercado local, encontramos 2 competidores potenciales ambos productores y comercializadores de cerveza artesanal, además del mayor productor de cerveza tradicional del país conocido por todos como Bavaria.

Competidores de cerveza artesanal

Figura 3.6 Logo de Cerveza Apóstol



Fuente: Inducerv, 2015

1. Induserv S.A- cerveza artesanal apóstol. (www.apostol.com.co): está reconocida marca de cerveza artesanal se encuentra ubicada en el municipio de sabaneta en el departamento de Antioquia, esta lleva dentro del mercado nacional desde el año 2008, produce 6 clases



de cervezas Premium con los más selectos ingredientes producidos e importados desde Europa, para su elaboración utilizan la más alta tecnología alemana que garantiza la calidad del producto, su inigualable color y sabor, actualmente la cervecería apóstol produce menos de 5.000 barriles al año (17.600 hectolitros). Los precios de sus cervezas se encuentran entre los \$5.000 y \$8.000

Fortalezas

- Tecnología avanzada para la fabricación
- Procesos automatizados
- Calidad en sus productos
- Variedad de sabores
- Certificaciones y premios internacionales
- Amplio Conocimiento de la cerveza artesanal

Debilidades

- Falta de conocimiento del cliente sobre la cerveza artesanal
- Poca participación en el sector cervecero
- Precio
- Importación de productos similares
- Productos sustitutos

Induserv cuenta con bodegas en diferentes ciudades de Colombia, desde estas suministra a los diferentes tipos de establecimientos sus productos, la comunicación que estos utilizan para llegar a sus clientes son por medio de las redes sociales, su servicio al cliente se ve reflejado de 4 maneras; línea telefónica, tours cerveceros, visitas al cliente por su fuerza de venta y manejo de la página web.



Figura 3.7 Logo de Cerveza Tres Cordilleras



Fuente: Tres Cordilleras, 2015

2. Tres cordilleras S.A (www.3cordilleras.com): esta marca de cerveza artesanal se encuentra ubicada en la ciudad de Medellín, entro a competir en el mercado en el año 2008 y cuenta con 5 clases de cerveza artesanal. Estos cuentan con una estrategia de distribución que está basada en vender cervezas a restaurantes de manera exclusiva y asociarse con grandes cadenas de supermercados, además cuentan con una bodega en Bogotá con el fin de acaparar la demanda de la capital; los medios de comunicación que estos utilizan para llegar a sus clientes son las redes sociales, los servicios que les ofrecen a sus clientes son; por medio de llamadas telefónicas, tours cerveceros, visitas a clientes por su fuerza de venta y manejo de la página web.

La capacidad de producción de su planta está cerca de los 6600 hectolitros, lo que significa que produce cerca de los 2 millones de unidades, los precios de sus cervezas están entre los \$5.000 y \$8.000. Su fuerza de venta se reparte en Bogotá con un 47%, Medellín 47% y el resto en ventas puntuales en las diferentes regiones del país.

Fortalezas

- Calidad en sus productos
- Variedad de sabores
- Amplio Conocimiento de la cerveza artesanal
- Alianzas estratégicas con almacenes de cadena y restaurantes



Debilidades

- Falta de conocimiento del cliente sobre la cerveza artesanal
- Poca participación en el sector cervecero
- Precio
- Importación de productos similares
- Distribución
- Productos sustitutos

Figura 3.8 Logo de Cerveza Bavaria



Fuente: Bavaria, 2015

3. Bavaria S.A (www.bavaria.co): Bavaria es la compañía de cerveza tradicional más grande de Colombia; cuenta con fábricas en 6 ciudades del país, donde se producen su gran variedad de cervezas las cuales venden con marcas independientes algunas de estas son Pilsen, águila, póker, costeña, entre otras.

Esta se fundó en el año 1988 en la ciudad de Bogotá y tiene la mayor participación en el mercado de cerveza tradicional del país con un 99% de dominio de este sector, su capacidad de producción es de 23 millones de hectolitros aunque su capacidad máxima es de 34 millones, Bavaria atiende aproximadamente 400.000 clientes en todo el país,



distribuidos en siete regiones con el fin de cubrir todo el mercado nacional, Su fuerza de ventas está compuesta por un equipo de 1.200 personas, quienes comercializan un promedio de 20 millones de hectolitros de cerveza; los precios de sus productos se encuentran entre los \$1.300 y \$3.500, sus ventas en volumen del año 2013 fueron aproximadamente 15 millones de hectolitros generando unos ingresos de casi 6 billones de pesos y una utilidad neta de 1.5 billones de pesos, (revista dinero, 2013).

Bavaria utiliza para la elaboración de sus productos tecnología de punta con la finalidad de elaborar cerveza de alta calidad a unas altas velocidades que le permitan satisfacer las necesidades de sus consumidores y del mercado.

Los medios de comunicación que utiliza Bavaria para llegar a sus consumidores son: publicidad en eventos deportivos, vallas, redes sociales, televisión, radio, eventos musicales, revistas, periódicos entre otros.

Fortalezas

- Única compañía productora de cerveza tradicional del Colombia
- Altas barreras al ingreso de nuevos competidores
- Alto posicionamiento de sus marcas en el mercado nacional e internacional
- Fuerte integración entre sus plantas
- Fuerte inversión en diferentes sectores del país y en el desarrollo de la industria
- quinta industria productora de cerveza en el mundo

Debilidades



- Rivalidades entre accionistas
- Capacidad de planta menor a la de competidores latinoamericanos
- Elevada dependencia del mercado interno
- Nivel de endeudamiento actual
- Riesgo económico y político de los países en donde se está ingresando
- Nuevos competidores
- TLC

Tabla 3.21 Características de la Competencia



Empresa	Productos	Precios	Fortalezas	Debilidad	Participación en el mercado	Confiability
Inducerv S.A	6 Cervezas Artesanales	\$5.000 a \$8.000	*Certificaciones y Premios Intencionales *Alto conocimiento de la cerveza artesanal	*Falta de conocimiento del cliente sobre la cerveza artesanal *Importación de productos sustitutos	*Principales ciudades del País	Media
Tres Cordilleras S.A	5 Cervezas Artesanales	\$5.000 a \$8.000	* Alianzas Estratégicas *Alta Calidad en sus productos	*Falta de conocimiento del cliente sobre la cerveza artesanal *Importación de productos sustitutos	* Medellín y Bogotá	Media
Bavaria S.A	15 cervezas Tradicionales	\$2.000 a \$3.500	* Mayor productora de cerveza tradicional en Colombia *Altas barreras al ingreso de nuevos competidores	*Elevada dependencia del mercado interno *Los nuevos acuerdos comerciales de Colombia	*Todo el territorio Nacional	Alta

Fuente: Creación Propia.

3. 10 Mercado Distribuidor



La forma en la que se hará la distribución de nuestras cervezas importadas para el consumo de futuros clientes será de forma directa en nuestro establecimiento comercial o en los sitios como restaurantes, hoteles y hostales prospectos para nuestra distribución del producto. De esta forma se buscará que el producto no se encarezca mucho ya que se llegará de forma directa sin tanto intermediario a los consumidores.

3.10.1 Distribución Directa

3.10.1.1 Descripción De Los Medios A Través De Los Cuales Se Hará La Distribución Del Producto

Los medios para la distribución de nuestro producto será principalmente en el establecimiento comercial donde vamos a estar ubicados y la segunda forma de distribución de nuestro producto será a través de la consecución de clientes comerciales como hoteles, hostales, hosterías, restaurantes, otros PUB's y minoristas. Nuestros productos se enviarán a estos clientes por medio del repartidor.

3.10.1.2 Fuerza De Ventas

En la siguiente tabla se muestra las habilidades que debe poseer nuestra fuerza de ventas, al igual que el salario que este devengará por este servicio.

Tabla 3.22 Características de la fuerza de ventas.

<i>Personal</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Competencias</i>	<i>Experiencia</i>	<i>Salario</i>	<i>Transporte</i>	<i>Total</i>
Hombre/mujer	1	Conocimiento y experiencia en licores importados, atender y asesorar las inquietudes de clientes comerciales y consecución de estos con las condiciones comerciales requeridas, habilidad de negociación, formación del concepto al que va dirigida la marca Beer Shooter para así transmitírselo a los clientes.	1 año	\$1.300.000 mensuales más prestaciones de ley	74.000 \$ mensual para manutención de transporte	\$1.430.000

Fuente: Creación Propia

3.10.1.3 Manejo de Inventarios



Para poder tener un buen aprovisionamiento y evitar el desabastecimiento de nuestra franquicia es necesario saber que para la importación de las cervezas existen diferentes variables como; el transito del puerto de Barcelona al puerto de Cartagena son 16 días aprox. Adicional a esto los días que pasara en puerto para su respectivo aforo por parte de la DIAN, nacionalización por parte de la SIA y los tramites que esta hace para las rentas departamentales; los cuales pueden ser una o dos semanas (7 – 14 días aprox). Luego el tiempo de transporte terrestre interno Cartagena – Medellín que será de un día.

El total en el proceso de importación para los productos será de entre 28 y 30 días teniendo en cuenta que la frecuencia de buques desde el puerto de Barcelona al puerto de Cartagena es semanal.

Nuestra importación inicial será de 3.000 unidades de cervezas, las cuales atenderá una demanda de 2.000 clientes mensuales aproximadamente; nuestra franquicia se caracteriza por vender los productos dentro del establecimiento y por medio de nuestra fuerza de ventas externa. Para atender estos dos mercados nuestra franquicia dividirá inicialmente esta demanda mensual en 2 para atender estos tipos de clientes. Para mantener un inventario estable; hemos planeado crear un stock de seguridad de 1.000 unidades las cuales atenderán las necesidades de nuestro consumidores durante los días que demore la segunda importación. Debemos tener en cuenta que la segunda importación se realizara pasados 15 o 20 días máximo de haber iniciado operaciones, para evitar importaciones constantes se ha planificado para la segunda importación un pedido de 11.000 cervezas con el fin de mantener un inventario que pueda hacerle frente a la demanda de nuestros consumidores y a su vez generar mayores descuentos de los proveedores de la franquicia y hacernos más competitivos a corto y largo plazo teniendo un óptimo sistema de inventarios y una disminución considerable de importaciones.



Para cumplir con las expectativas de nuestro margen de ventas es necesario que cada día se tengan unas ventas de 70 cervezas divididas en ventas internas y externas, aunque es posible que en algunos días estos márgenes no se cumplan, algunos de estos días serán los lunes, martes y miércoles, también es importante saber que se tendrán días donde el consume aumente de gran forma que ayudaran compensar con los días en lo que las ventas diarios no alcanzaron los objetivos estos días serán los jueves, viernes, sábados y domingos.

Al igual que en algunos meses del año se verá un leve aumento o disminución del consumo de nuestro producto por algunos factores externos como el clima, seguridad, políticas, ingresos y demás factores que pueden afectar o favorecer la venta de nuestro producto.

Figura 3.9 Inventario de Beer Shooter

Fuente: Creación Propia

Figura 3.10 Pronostico de ventas de Beer Shooter

Fuente: Creación Propia

Figura 3.11 Pronostico de ventas mensuales de Beer Shooter



Fuente: Creación Propia.

3.10.1.4 Analisis de altas y bajas de la demanda mensual

Clase 1

Entre 1 – 1,99 euros

Rango Medio 380

Escenario optimista (420): al tener distribuidas 19 marcas distintas de cerveza artesanal y tener un precio mucho más económico que las demás clases se visualiza un mayor consumo de estos productos.

Escenario pesimista (370): en el escenario pesimista para este rango de cervezas encontramos un escenario un poco favorable ya que la venta de estos productos tendría una reducción baja gracias a su bajo costo.

Clase 2

Entre 2 – 2,99 euros

Rango Medio 1180

Escenario optimista (1195): al tener distribuidas 59 marcas distintas de cerveza artesanal y poseer un valor de nivel intermedio y una mayor variedad de cervezas que las demás clases se prevé pequeña elevación de las ventas de los productos que oscilan entre estos valores.



Escenario pesimista (1168): el nivel de ventas podría verse levemente contraído ya que el valor en comparación con los valores de la primera clase podrían inclinar a los consumidores a optar por las cervezas de la clase 1.

Clase 3

Entre 3 – 3,99 euros

Rango Medio 300

Escenario optimista (310): En esta clase se encuentra 15 marcas de cervezas artesanales, estas poseen un precio de ventas un poco más elevado que las 2 anteriores clases y por este motivo se visualiza un leve incremento del consumo de estas ya que la variedad es un poco menor que las demás clases y su valor es un poco más elevado.

Escenario pesimista (275): Las ventas de estas referencias se verían afectadas por los precios y las variedades que ofrecen las clases anteriores, para evitar este tipo de sucesos se busca implementar estrategias que impulsen a los consumidores la compra de estos productos.

Clase 4

Entre 4 – 4,99 euros

Rango Medio 140

Escenario optimista (150): en esta clase solo se cuentan con 7 marcas de cervezas artesanales, Las ventas en esta clase tendrían un leve aumento ya que el precio de estas es mucho mayor al de la clase 1 y no muy mayor al de la clase 2. Es por esta razón que esta



clase está dirigida para un público mucho más exclusivo el cual cuenta con un mayor poder adquisitivo.

Escenario pesimista (122): El costo de las cervezas afectaría drásticamente el consumo de esta categoría, para evitar este tipo de sucesos se busca implementar estrategias que impulsen a los consumidores a degustar los productos de esta clase ya que en esta se encuentra las mejores cervezas artesanales de nuestra franquicia.

3.11 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación

3.11.1 Comunicación

Logo de la franquicia

Figura 3.12 Logo de Beer Shooter



Fuente: Beer Shooter, 2015

Slogan de la franquicia

El secreto esta en lo artesanal (Beer Shooter, 2015)

3.11.2 Nombre comercial de los productos

Nuestra franquicia contaria inicialmente con 100 tipos de cervezas artesanales, estas son adquiridas previamente desde nuestra casa matriz ubicada en la ciudad de Barcelona la



cual posee contacto directo con los productores y luego envia el producto al lugar que el franquiciado la solicite, acontinuacion mencionaremos las 20 principales cervezas que posee nuestra franquicia.

Tabla 3.23 Principales Cervezas de Beer Shooter

1	Westmalle Dubbel
2	Weihenstephan Korbinian
3	Vicaris Generaal
4	Trappistes Rochefort 8
5	St. Bernardus Prior
6	Sierra Nevada Pale Ale
7	Rocherfort 8
8	Porterhouse Oyster Stout
9	O'hara's Stout
10	Lindemans Framboise
11	Baladin Isaac
12	Brewdog Dean Pony Club
13	Brewdog Libertine Black Ale
14	Brooklyn Black Chocolate Stout
15	Bush Blonde
16	Chimay Azul
17	Delirium Tremens
18	Gulden Draak
19	Hopus
20	Kasteelbier Tripel

Fuente: Beer Shooter, 2015

Debido a que no somos los productores de estas cervezas artesanales, no incurrimos en costos y gastos para la elaboracion de su logos , simbolos o empaques que caracteriza a cada una de las cervezas.

3.11.3 Actividades De Promoción Y Divulgación

Las estrategias que utilizaremos para la promocion de la divulgacion de nuestra franquicia beer shooter en medellin estaran enfocadas en:



Manejo de Redes sociales: hemos identificado las redes sociales como el motor principal de la publicidad y el mercadeo de nuestra franquicia, ya que en la actualidad las personas invierten una mayor parte de su tiempo frente a sus computadoras y telefonos inteligentes compartiendo sus vivencias y experiencias del dia a dia.

El uso de publicidad dentro de estas redes no tiene ningun costo ya que para la activacion de estas solo necesita activar una cuenta con un correo electronico que nos brinda la opcion de crear nuestro perfil como persona o como empresa y marca.

Dentro de este perfil buscamos obtener el reconocimiento de nuestra franquicia, proporcionar nuestro catalogo de cervezas artesanales, eventos y promociones que haremos dentro y fuera de nuestro establecimiento; a su vez tener un contacto directo con nuestros clientes para que ellos expresen con sus comentarios las experiencias y sensaciones vividas al consumir nuestros productos y servicios. El manejo de esta herramienta se hara por medio de un community manager el cual tendra la labor de darle todo el manejo y gestion para darle a saber a los socios las sugerencias, expectativas y requerimientos que buscan nuestros clientes.

Flaggers: La distribucion de flaggers se hara cada 2 meses y tendra un costo de \$140.000 por 2.000 de estos. Se repartiran en los lugares mas concurridos de la ciudad o sitios especificos con el fin de dar a conocer a las personas un sitio acogedor decicado a la venta y comercializacion de cervezas artesanales que puede suplir los diferentes gustos con una gran oferta de productos acompañados de un excelente servicio que solo ofrece la franquicia beer shooter.

Pagina web: Esta herramienta nos la brindara la casa matriz y dentro esta se encontrara especificado cada uno de los productos que ofrecemos, la historia de nuestra franquicia , los locales comerciales con los que cuenta y los metodos de comunicación que tenemos



para que los clientes se comuniquen con nosotros, esta herramienta estara manejada por un community manager el cual se encargara del manejo y gestion de esta.

Ferias: En la ciudad de medellin se realizan en el años varias ferias de gastronomia y bebida, para nosotros la feria en que se proyectaria la participacion de beer shooter se realiza en medellin en el mes de octubre entre los dias 15 y 18 de cada año llamado “maridaje 2015”: alli buscaremos promocianar nuestros productos y servicios con el fin de atraer nuevos clientes.

Imanes: A nuestros visitantes beer shooter se les regalara un iman para que estos lo peguen en el lugar que deseen y puedan llamarnos para hacer sus reservaciones en nuestro establecimiento por fechas especiales, reuniones o para pedir nuestro servicio a domicilio. Tendran un costo de \$250.000 por 2.000 de estos.

Frecuencias Radiales: Promocionaremos nuestra franquicia mediante las diferentes emisoras que brindan la oportunidad de divulgar nuevos establecimientos de manera gratuita, entre ellas se encuentran Oxigeno, Radio Uno, Radio Cristal , entre otras.

<i>Actividad</i>	<i>Tiempo</i>	<i>Valor</i>
Flaggers publicitarios	Cada mes	\$140.000 x 2.000
Feria "Maridaje 2015"	Anual (octubre 15-18)	\$ 2.340.000 más IVA
Imanes	Cada 6 meses	\$250.000 x 2.000
Frecuencias radiales	Todos los días	Ningún Costo

Fuente: Creacion Propia



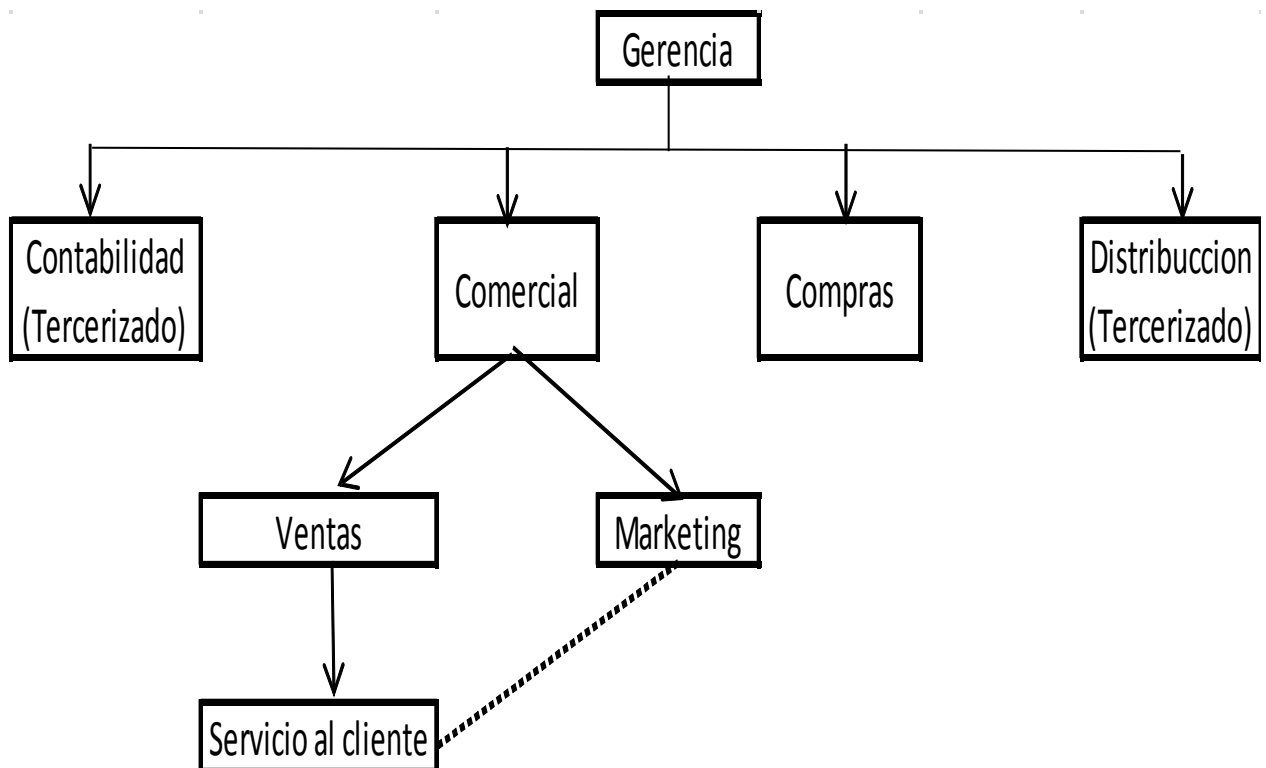
CAPITULO IV. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL

4.1 Estructura Organizacional del Negocio

4.1.1 Organigrama Estructura Organizacional

En el siguiente organigrama se podrá observar como esta compuesta nuestra franquicia, especificando los departamentos que la componen y la dependencia de cada uno de ellos.

Figura 4.13 Organigrama de Areas de la Franquicia Beer Shooter



Fuente: Creación Propia

En la siguiente tabla se muestra las diferentes areas que conforman a la franquicia Beer Shooter.



Tabla 4.25 Descripción de las áreas de Beer Shooter

Areas	Funciones	Procesos	Responsabilidades
Gerencia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ordenar y conseguir las prioridades que buscan cada uno de los socios, con el fin de implementar estrategias adecuadas que permitan al negocio subsistir y generar buenos rendimientos. 2. Designar todas las posiciones gerenciales que le permitan realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos. 3. Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales que le permitan identificar el momento en el que se encuentra la franquicia y hacia donde se dirige, entregando las proyecciones y las nuevas metas que se busquen, para la aprobación de los socios. 4. Coordinar con las diferentes áreas de la organización para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente. 5. Estructurar el perfil de cada uno de los puestos de la franquicia y elegir el personal adecuado para cada cargo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planear, dirigir, ejecutar y controlar todos los procesos internos y externos de la franquicia con el fin de hacer un manejo óptimo de los recursos con los que se cuenta buscando mantener la vida y el crecimiento de la organización. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cumplir en su totalidad con todas las actividades acordadas y darle una óptima solución a los problemas por los que atraviese la franquicia. 2. Los daños y perjuicios que ocasione por el incumplimiento de sus obligaciones, dolo, abuso de facultades y negligencia grave. 3. También será solidariamente responsable con los gerentes que le hayan precedido, por las irregularidades que éstos hubiesen cometido, si, conociéndolas, no las denunciaren por escrito a los accionistas al momento de asumir el cargo, o inmediatamente después de conocerlas. 4. Óptimo uso de los recursos económicos y estructurales.
Comercial	<ol style="list-style-type: none"> 1. control y manejo de acciones futuras y que permitan comparar los resultados reales con las previsiones hechas anteriormente, así poder sacar conclusiones que nos permitan identificar la demanda futura de nuestros productos. 2. Estudio de mercado y mercadeo del producto. 3. Promoción y publicidad del producto 4. Ventas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analizar las necesidades del mercado y adoptar estrategias adecuadas de comunicación y promoción que permitan que nuestros productos tengan un buen impacto y ayuden a fidelizar clientes y atraer nuevos consumidores. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Preparar los planes, pronósticos y presupuestos de ventas que permitan identificar la participación que va a tener la franquicia en el mercado. 2. Hacer un manejo adecuado de los recursos económicos. 3. Planear y diseñar estrategias de venta y comunicación. 4. Tener una buena comunicación con clientes y proveedores.



Contabilidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Supervisar y conciliar la ejecución de estados financieros. 2. Aplicar el control interno previo y concurrente sobre los devengamientos, gastos y desembolsos. 3. Suscribir Balances Contables y Estados Financieros 4. Cuadre, liquidación, declaración, pago y Registro de IVA, Retenciones en la Fuente e Impuesto a la Renta en Relación de dependencia mensual. 5. Cumplir y hacer cumplir con las disposiciones legales, las políticas y normas técnicas del control y especialmente para el sistema de contabilidad. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recopilando, interpretando y exhibiendo la información detallada del patrimonio y de los recursos económicos con los que cuenta la empresa. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pagar oportunamente los impuestos requeridos por la ley. 2. Presentar de forma clara los estados financieros de la franquicia. 3. Presentar los libros ante la dian para evitar fraudes y sanciones.
Compras	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seleccionar proveedores, buscando alternativas que brinden un menor costo de adquisición. 2. Definir procedimientos y procesos de aprovisionamiento que brinden una mejor capacidad de atención a los clientes 3. Pedir presupuestos y realizar compras específicas, para adquirir productos que generen un buen crecimiento a la empresa. 4. Garantizar el valor de la inversión. 5. Generar buena relación con proveedores y distribuidores para obtener un óptimo rendimiento en los procesos logísticos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aportar ahorros y eficiencia en la negociación con los proveedores, negociar precios y condiciones, gestionar inventarios, estandarizar compras, evitar desperdicios y revisar la logística de entregas y almacenamiento. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suministrar materiales y servicios en tiempo y forma adecuada. 2. Investigar, cotizar, analizar y actualizar los de precios. 3. Poner en circulación órdenes de compra y su seguimiento. 4. Recepción, revisión custodia y entrega de adquisiciones. 5. Aseguramiento de la calidad. 6. Control de inventarios y almacenes. 7. Logística de distribución y adquisición del producto.
Distribuidor	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entregar a los bares, restaurantes, discotecas, licorerías y demás establecimientos comerciales que adquieran nuestros productos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Transportar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. entregar en óptimas condiciones los productos que el cliente solicite en el tiempo y el lugar que este lo requiera.

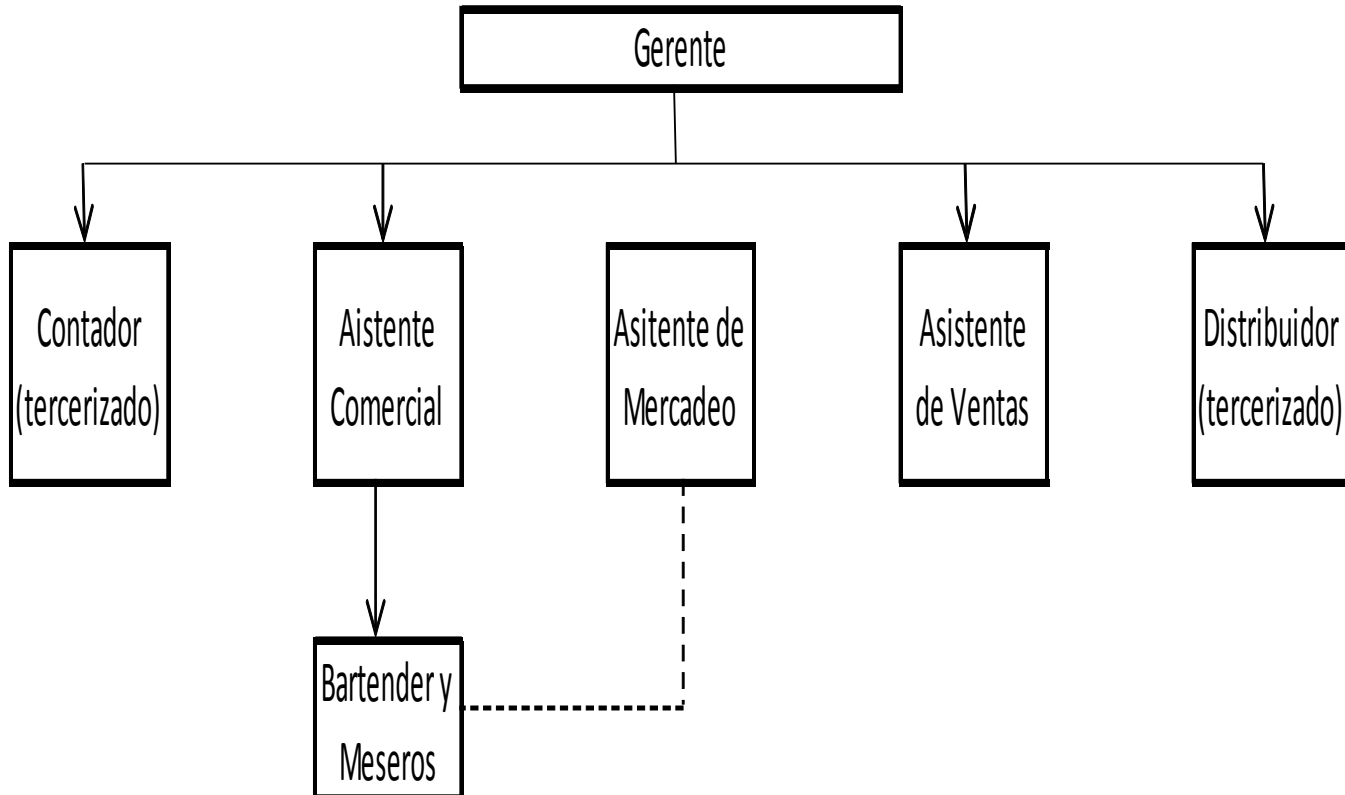
Fuente: Creación propia

4.1.2 Organigrama Estructura del personal

En el siguiente organigrama se podrá observar como esta compuesta la estructura del personal de nuestra franquicia, especificando los departamentos que la componen y las funciones que tiene cada uno de estos.



Figura 4.14 Organigrama de Cargos de la Franquicia Beer Shooter



Fuente: Creacion Propia

En la siguiente tabla encontraremos las funciones y responsabilidades de cada uno de los cargos con que cuenta la franquicia Beer Shooter.



Tabla 4.26 Descripción de las funciones de los cargo de Beer Shooter

Cargo	Funciones	Responsabilidades
Gerente	Supervisar todas las áreas del negocio, atender quejas de empleados, clientes y franquiciante, establecer planes de desarrollo del negocio, conocer cada área y el funcionamiento de estas, conocer el mercado y tomar las medidas necesarias para que el negocio funcione con éxito.	Velar para que se cumplan las leyes establecidas, garantizar la veracidad y transparencia de los procesos, la veracidad de la información para los socios, la regularidad y veracidad de los libros contables.
Asistente comercial	Laborar de la Mano con Encargado de Mercadeo. Se debe de laborar siempre de la mano del departamento de mercadeo para garantizar el mejor desarrollo de estrategias así como los mejores métodos para aplicar, controlar y obtener resultados de las mismas. Dialogar y Negociar con Jefes para el Mejoramiento de las Ventas. Control estadístico. Mediante las visitas a PDV se tomarán datos estadísticos que favorecerán la toma de decisiones así como establecer proyecciones. Deberá ser capaz de mostrar ideas innovadoras que vayan en pro de la mejora de los niveles de ventas así como del mejoramiento de la imagen de la empresa.	Manejo de Reportes de Ventas. Atención de Consultas de la Gerencia. Participar en la Planificación. Consecución de nuevos clientes externos y crear buenos lazos comerciales. Realizar controles estadísticos sobre las ventas trimestrales para elaborar estudios con el área de mercadeo.
Asistente de mercadeo	Gestión de medios: seguimiento de pautas publicadas en medios, alianzas con instituciones y lograr potenciar espacios para la empresa y marca. Apoyo en medios de mercadeo online: manejo de redes sociales y análisis de resultados. Apoyo con estadísticas sobre resultados de campañas implementadas. Velar por el análisis de la competencia. Presentar reportes históricos con estadísticas. Apoyo a la fuerza de ventas en la elaboración de actividades y estrategias que ayuden a potenciar y mejorar la marca. Organización de la información institucional de las empresas para su posterior presentación de sus servicios.	Trabajar conjuntamente de la mano con el área comercial para crear estrategias que incentiven el alza de las ventas del negocio, hacer benchmarking a otras marcas o empresas para hacer un estudio DOFA de la franquicia propia, esto con el fin de mejorar continuamente en el paso del tiempo. Realizar investigaciones para la compañía con el fin de que esta pueda establecer más locales comerciales en la ciudad o inclusive en otras teniendo como base de estudio las 4P (producto, precio, plaza y promoción). Manejo de las redes sociales y de la página web de la franquicia para que genere un gran impacto y tráfico de consumidores y poder elevar las ventas del negocio.



Asistente de compras	Es el encargado de todas las entradas del negocio esto quiere decir que es el encargado de administrar todas las compras que se requieran. También es el encargado de realizar todo el proceso logístico de importaciones y para esto deberá manejar los diferentes proveedores de servicio.	Garantizar unos bajos costos en manejo de los inventarios y en la logística requerida para la compra e importación de productos necesarios, esto sin afectar calidad y tiempos de eficiencia. Hacer buenos lazos comerciales con los proveedores nacionales y también con el proveedor internacional que es la casa matriz. Hacer seguimientos a pedidos que se le hayan requerido. Tener un buen nivel de inventarios y esto hacerlo con la ayuda del área comercial y de mercadeo para elaborar planes estratégicos.
Bartender	Encargado de la atención al cliente en primera instancia, también se encarga de la caja del punto de venta, tendrá la labor de mantener la barra y su espacio donde labora de la mejor manera organizada para crear.	Manejo de los reportes diarios de entrada de dinero en la caja. Aseo del establecimiento comercial y también garantizar una buena presentación de este.
Mesero (2)	Atender a los clientes que llegan, brindar asesoría sobre lo que quieren experimentar, ofrecer la variedad de productos, darle el valor agregado a sus servicios con una excelente atención y colaboración al cliente.	Garantizar el aseo y la buena presentación del establecimiento comercial. Asesorar bien a los clientes para que obtengan una grata y diferenciada experiencia.

Fuente: Creación Propia

Acontinuacion en la siguiente tabla, se describiran los procesos que estaran realidos por entidades ajenas a Beer shooter.

Tabla 4.27 Cargos tercerizados de Beer Shooter

Cargo	Proveedor del Servicio	Gastos Mensuales	Gastos por Entrega
Contadora	Asecontables	\$600,000	
Distribuidor	Independiente	\$1.000.000	\$100.000

Fuente: Creación Propia



4.1.3 Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados

En la siguiente tabla estaran discriminados cada uno de los salario de los empleados de la franquicia, ademas de los aportes legales exigidos por la ley.

Tabla 4.28 Salarios del personal de Beer Shooter

CARGOS	SALARIO BASICO	AUXILIO DE TRANSPORTE	PRESTACIONES SOCIALES	APORTES PARAFISCALES	APORTES DE SEGURIDAD SOCIAL	TOTAL APORTES EMPLEADOR	TOTAL PAGADO POR EL EMPLEADOR
Gerente	\$ 1.500.000	\$ -	\$ 327.500	\$ 135.000	\$ 315.333	\$ 777.833	\$ 2.277.833
Asistente Comercial	\$ 1.300.000	\$ -	\$ 283.833	\$ 117.000	\$ 273.289	\$ 674.122	\$ 1.974.122
Asistente de Mercadeo	\$ 1.300.000	\$ -	\$ 283.833	\$ 117.000	\$ 273.289	\$ 674.122	\$ 1.974.122
Asistente de Compras	\$ 1.300.000	\$ -	\$ 283.833	\$ 117.000	\$ 273.289	\$ 674.122	\$ 1.974.122
Bartender	\$ 644.350	\$ 74.000	\$ 140.683	\$ 57.992	\$ 135.457	\$ 334.132	\$ 1.634.132
Mesero 1	\$ 644.350	\$ 74.000	\$ 140.683	\$ 57.992	\$ 135.457	\$ 334.132	\$ 1.634.132
Mesero 2	\$ 644.350	\$ 74.000	\$ 140.683	\$ 57.992	\$ 135.457	\$ 334.132	\$ 1.634.132
Contadora (Tercerizado)	\$ 600.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Distribuidor (Tercerizado)	\$ 1.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Fuente: Creación Propia

4.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio

4.2.1 Locacion de la Empresa

Estaremos ubicados en la direccion Cra 43b # 11-90 del barrio Manila en el sector del Poblado en la ciudad de Medellín, este sera el unico establecimiento de la franquicia Beer Shooter. Cuenta con dos niveles de 50 m2 cada uno, en el primer nivel estara situado el pub y el segundo estara adecuado para la bodega y la oficina administrativa. Este local sera arrendado y tendra un canon de \$4'200.000 mensuales.



4.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles, enseres y materiales e insumos por Area

En las siguientes 5 tablas se podra identificar cada uno de los bienes con los que cuenta la franquicia en todas sus areas, todas estas cumplen la funcion principal de hacer mucho mas practico y eficiente nuestro trabajo y generar al consumidor comodidad, reconocimiento y satisfaccion al consumir nuestros productos.

Tabla 4.29 Implementos para el mesero

<i>Articulo</i>	<i>Descripcion</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Proveedor</i>	<i>Precio</i>	<i>Inversion Inicial</i>	<i>Costo Anual</i>
Camisa de trabajo	Camisa de color negro con bordado del logo de la franquicia y nombre del bartender	3	Colbordados	\$ 105.000	X	
Libreta	Libreta de 70 hojas	5	Éxito	\$ 17.500		X
Bandeja	Bandeja de acero 40 x 27,5 cm	3	Éxito	\$ 168.750	X	
Lapicero	BIC CRISTAL NEGRO CAJA X 12 unds	1	Éxito	\$ 3.900		X
<i>Total gastos de meseros</i>				\$ 295.150		

Fuente: Creacion Propia



Tabla 4.30 Dotacion del PUB

<i>Articulo</i>	<i>Descripcion</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Proveedor</i>	<i>Precio</i>	<i>Inversion Inicial</i>
Mesas	Mesas de madera	6	La casa de la madera	\$ 480.000	X
Sillas	Sillas de madera con espaldar y recubrimiento en el asiento y espaldar	24	La casa de la madera	\$ 2.160.000	X
Enfriadores	Capacidad de 535 lt	1	Makro	\$ 1.413.900	X
Televisores	Tv de 42"	2	Omnilideres	\$ 1.919.160	X
Equipo de sonido	Equipo de audio para el establecimiento comercial	1	Homecenter	\$ 849.900	X
Adhesivos decorativos	De acorde a la casa matriz	N/A	Jimmy graphics	-	-
Servilleteros	En madera	6	Vishopp medellin	\$ 110.000	X
Pintura	Color chocolate y blanco A4	5 galones	Homecenter	\$ 547.800	X
Madera	Tablones de madera	200 unidades	Homecenter	\$ 980.000	X
Barra	En madera	1	La casa de la madera	\$ 2.000.000	X
Sillas barra	Contemporanea alta con espaldar y recubrimiento en el asiento y espaldar	6	La casa de la madera	\$ 600.000	X
Iluminacion	Instalacion ojos de wey	10	Light S.A	\$ 450.000	X
Drywall	12,7 mm st 1/2 pulgadas superplaca 1,22 x 2,44 metros	20 unidades	Homecenter	\$ 356.000	X
Camara de vigilancia	Camaras Hikvision Cctv Dvr 4 + 4 Camaras De Seguridad 700tv inculido instalamiento y aseosamiento	1	Homecenter	\$ 648.000	X
Total gastos de dotacion del PUB				\$ 12.514.760	

Fuente: Creacion Propia



Tabla 4.31 Implementos para el bartender

<i>Artículo</i>	<i>Descripción</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Proveedor</i>	<i>Precio</i>	<i>Inversión Inicial</i>	<i>Costo Mensual</i>
Copas	Copa de agua Lexington	50	Cristar	\$ 180.000	X	
Vasos	Vaso de cristal cervecero bremen	50	Cristar	\$ 255.000	X	
Camiseta de trabajo	Camisa de color negro con bordado del logo de la franquicia y nombre del bartender	3	Colbordados	\$ 105.000	X	
Caja registradora	Caja Registradora Sharp Xe A107 Numerica de color negro	1	Fredy Ordoñez Meji, articulo adquirido por mercado libre	\$ 290.000	X	
Destapadores	Destapador rapido bartender barman de color gris	2	Accesorios de bar, articulo adquirido por mercado libre	\$ 20.000	X	
Cervilletas	SERVILLETAS FAMILIA CAFETERIA 3 PAQUETES X 100 unds CADA UNO	10	Makro	\$ 44.000		X
Total gastos de bartender				\$ 894.000		

Fuente: Creacion Propia



Tabla 4.32 Artículos de aseo



<i>Articulo</i>	<i>Descripcion</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Proveedor</i>	<i>Precio</i>	<i>Costo Mensual</i>	<i>Costo Anual</i>
Limpia vidrios	Limpiavidrios Aro x 4000cc	2	Makro	\$8.990	X	
Ambientadores	Se adquirira un aromatizante Fabuloso de 5.000	1	Makro	\$12.900	X	
Papel higienico	PAPEL HIGIENICO ARO BLANCO PERLA DOBLE HOJA X 4 UNIDADES X 150 METROS CADA	1	Makro	\$22.900	X	
Jabon liquido antibacterial	Jabon liquido antibacterial para manos de 540cc	2	Makro	\$14.980	X	
Lavaplatos	Jabon liquido para platos Aro Manzana x 4000cc	1	Makro	\$18.390	X	
Toallas limpiadoras	Toallas de microfibra con medidas de 40 x 40, por 5 unds	6	Makro	\$60.000		X
Trapiadoras	Trapero copa de 320 g, se cambiarian cada tres meses	8	Makro	\$11.800		X
Escobas	Escoba Aro Suave x 2 unds	2	Makro	\$12.700	X	
Recojedor	Recogedor Aro con mango metalico y	2	Makro	\$12.800		X
Dispensador de toallas de papel	DISPENSADOR DE TOALLAS FAMILIA + 2 PAQUETES DE TOALLAS DE	2	Makro	\$127.800		X
Toallas de papel para manos	TOALLA PARA MANOS FAMILIA BLANCA 3 PAQUETES X 150 unds CADA UNO	3	Makro	\$61.800	X	
Baldes	Balde peletizado	1	Makro	\$5.900		X
Detergente	Detergente en polvo AK-1 floral x 4500g	2	Makro	\$39.580	X	
Espojas lavaplatos	ESPONJA CLEAN LINE PLATEADA Y DORADA PAGUE 6 LLEVE 8	1	Makro	\$8.890	X	
Total gastos de articulos de aseo				\$419.430		

Fuente: Creacion Propia



Tabla 4.33 Equipos e insumos para la oficina

<i>Cargo</i>	<i>Computador</i>	<i>Escritorio</i>	<i>Silla</i>	<i>Impresora</i>	<i>Calculadora</i>	<i>Articulos de papeleria</i>	<i>Telefono</i>	<i>Dispensador de agua</i>	<i>Productos de cafeteria</i>
Gerente	Para cada cargo se contara con un computador todo en 1, cada uno tendra un precio de \$1,129,999 adquiridos por medio de mercadolibre, estas sera una inversion unica, a estos equipos se les realizara un mantenimiento semestral el cual tendra un costo de \$150,000.	Para cada cargo se contara con un escritorio pequeño, cada uno tendra uno a un precio de \$99,900 adquiridos en homecenter, esta sera una inversion unica.	Para cada cargo se contara con una silla , cada una de estas tendra un precio de \$79,900 adquiridas en homecenter, esta sera una inversion unica.	Se contara para todos los cargos con una impresora multifuncional la cual tendra un coste de \$585,900 adquirida por medio de mercadolibre, esta sera una inversion unica, a este equipo se le realizara un mantenimiento cada 6 meses y su costo estara involucrado con el mantenimiento de los computadores.	Para cada uno de los cargos se contara con una calculadora, cada una de estas tendra un valor de \$14,000 adquiridas en el exito, esta sera una inversion unica.	Dentro de estos articulos de papeleria se encuentran: lapices, grapadoras, lapiceros, borradores, ganchos, carpetas, libretas,tinta apra la impresora etc. Mensualmente se contara con un presupuesto de \$100,000 para adquirir los articulos que hagan falta .	Para cada uno de los cargos se contara con telefonos inalambricos, los cuales tendran un precio de \$29,900 adquiridos en homecenter, esta sera una inversion .	Se dispondra en la oficina con un dispensador de agua el cual tiene un costo de \$269,000 adquirido en Alkosto, esta sera una inversion unica	Dentro de los articulos de cafeteria se encuentran: azucar, café, aromaticas y vasos desechables. Mensualmente se contara con un presupuesto de \$100,000 para comprar los implentos que hagan falta.
Asistente Comercial									
Asistente de mercadeo									
Asistente de compras									
Total gastos oficina	\$4.519.996	\$ 399.600	\$ 319.600	\$ 585.900	\$ 56.000	\$ 100.000	\$ 119.600	\$ 269.000	\$ 100.000
Total	\$6.819.696								

Fuente: Creacion Propia



4.2.3 Requerimientos de Servicios por Area

En la siguiente tabla se discriminaran cada uno de los gastos de los servicios con los que contara nuestra franquicia con el fin de tener un obtimo funcinamiento de esta.

Tabla 4.34 Servicios del establecimiento comercial

Servicio	Descripción	Precio Mensual	Precio Semestral	Precio Anual
Vigilancia	Servicio de alarma y monitoreo al establecimiento comercial, este servicio va ser contratado en la empresa Telesentinel.	\$ 56.000	0	\$ 672.000
Mantenimiento de equipos de oficina	Mantenimiento de los 4 computadores e impresora, este servicio será prestado por la empresa con los cuales adquirimos los equipos.	0	\$ 150.000	\$ 300.000,00
Servicios públicos	Dentro de estos servicios se encuentran: agua, luz, acueducto y saneamiento.	\$ 2.100.000	0	\$ 25.200.000
Internet, tv y telefonía	Paquete de internet, televisión y telefonía, todos estos servicios serán contratados a claro en un paquete.	\$ 130.000	0	\$ 1.650.000
Mantenimiento de enfriadores	Anualmente se contara con el servicio de revisión y mantenimiento de este equipo, el cual será prestado por el proveedor de este.	0	0	\$ 100.000
Adecuación del PUB	Servicio de adecuación del local comercial. el cual será prestado por adecuaciones Jaramillo S.A	0	0	1.200.000
Total gastos de servicios del local : \$27.922.000				

Fuente: Creacion Propia



CAPITULO V. ANÁLISIS LEGAL

5.1. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

En la siguiente tabla se describirán los pasos para la apertura del local comercial, el costo de estas diligencias, entidades encargadas y tiempos de trámites.

Tabla 5.35 Tramites Ante entidades publicas

TRAMITE	DESCRIPCION	COSTO	UNICO	MENSUAL	ANUAL	TIEMPO
Salud	Se tramita ante una entidad prestadora de salud, en este caso afiliaremos a nuestros empleados a la nueva EPS.	\$0	-	-	-	1 Día
Certificado de uso de suelos	Permite certificar que el establecimiento puede realizar su labor comercial en el lugar en el que se encuentra ubicado, este se tramita ante planeación municipal.	\$5.100	X	-	-	3 Días
Sayco & Acinpro	Está orientado hacia los establecimientos de comercio, donde se haga uso de música o difusión de cualquier obra protegida por derechos de autor.	\$2.658.633	X	-	X	5 Días
Registro Sanitario	Todo establecimiento comercial cuyo objeto social sea la importación y expendio de productos alimenticios, bebidas o medicamentos debe contar con esta certificación para brindarles a seguridad a los consumidores del producto.	\$2.356.640	X	-	-	15 días



Certificado de bomberos	Expedido por el cuerpo de bomberos, para obtener este certificado el local comercial debe cumplir con las debidas normas de seguridad; además debe estar dotado con botiquín de primeros auxilios, salida de emergencia y demás herramientas de seguridad que permitan atender cualquier emergencia dentro del establecimiento.	\$0	-	-	-	5 Días
Pensión	Se tramita ante Colpensiones, al cual se le consignara los aportes mensuales de cada uno de nuestros empleados.	\$0	-	-	-	1 día
ARL	Se tramita ante una entidad aseguradora de riesgos laborales, en este caso afiliaremos a nuestros empleados a Mapfre.	\$0	-	-	-	1 día
Inscripción Ante Industria y comercio	Se tramita ante cámara y comercio, este sirve para que la empresa sea reconocida por la cámara de comercio y pueda pagar sus tributos de forma adecuada cada mes.	\$0	-	-	-	1 día
Vallas y avisos	Se diligencia ante la alcaldía, permitiendo al establecimiento colocar vallas y avisos alusivos a su marca.	\$69.222,60	-	X	-	1 Día
Total		\$5.023.373				

Fuente: Creacion Propia



CAPITULO VI. ANÁLISIS FINANCIERO

6.1. Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad

6.1.1 Tasa de Rentabilidad de su Industria

Esta tasa de rentabilidad está basada en el mercado local (Antioquia), en el cual se encuentran nuestros 3 competidores directos que son: Bavaria, Tres Cordilleras y Apóstol; para encontrar la tasa de rentabilidad de la industria se hizo un promedio entre el patrimonio total de estas 3 empresas y la utilidad neta o pérdidas y ganancias de esta, dándonos como resultado 19,75% de tasa de rentabilidad de esta industria, realmente esta tasa se encuentra entre el 30 y el 40% pero, debido a que estas empresas reinvierten parte de estas utilidades en publicidad y mercadeo para generar un mayor reconocimiento y crecimiento de la marca que les permita generar mayores flujos de dinero y ganancias en el futuro.

La siguiente tabla está basada en las principales industrias locales de Antioquia, en cual se encuentran los 3 principales competidores, Bavaria, tres cordilleras y apóstol.

Tabla 6.36 Tabla de promedio de rentabilidad de la industria

	CERVECERIA UNION S.A	INDUSTRIA DE CERVEZAS Y BEBIDAS SAS (apostol)	ARTESANA BEER COMPANY S.A.	PROMEDIO	
TOTAL					
PATRIMONIO	1024988824	3897957	1488579	343458453	
59 GANANCIAS Y PERDIDAS	-917993	-1290762	205757885	67849710	19,75%

Fuente: Creación Propia



6.1.2 Tasas Libre de Riesgo

Es aquella tasa de rendimiento que se obtiene al invertir en un activo financiero que no tiene riesgo de incumplir su pago. Además de su rentabilidad a corto mediano o largo plazo que se obtendría de esta inversión segura. Una inversión segura es la adquisición de letras, bonos, obligaciones o pagarés emitidos por el tesoro del país u otros títulos valor como CDTS, Pagares o compra de cartera. En la siguiente tabla se mostraran las tasas de interés de los bonos del tesoro.

Tabla 6.37 Tasas del tesoro de E.U.A

	Letras del Tesoro	Nota del Tesoro			Bonos del Tesoro
	6 meses	2 años	5 años	10 años	30 años
18 Mar 2015	0,11400	0,55400	1,38900	1,92100	2,51100
19 Mar 2015	0,11900	0,61100	1,46800	1,96900	2,52900
20 Mar 2015	0,09400	0,58300	1,41500	1,93100	2,50600
21 Mar 2015					
22 Mar 2015					
23 Mar 2015	0,10100	0,57100	1,39100	1,91200	2,51500
24 Mar 2015	0,10900	0,55900	1,36100	1,87400	2,46500
25 Mar 2015	0,11400	0,60400	1,41500	1,92600	2,50800
26 Mar 2015	0,13000	0,61200	1,45900	1,99000	2,58100
27 Mar 2015	0,12500	0,59600	1,43600	1,96200	2,54100
28 Mar 2015					
29 Mar 2015					
30 Mar 2015	0,13700	0,58100	1,40300	1,94800	2,54800
31 Mar 2015	0,13500	0,55700	1,37100	1,92400	2,53700
1 Abr 2015	0,09900	0,53700	1,31900	1,85800	2,46500
2 Abr 2015	0,09900	0,54200	1,35100	1,91200	2,53300
3 Abr 2015	0,07400	0,47800	1,25400	1,84000	2,48700
4 Abr 2015					
5 Abr 2015					
6 Abr 2015	0,09300	0,49700	1,30400	1,89600	2,55400
7 Abr 2015	0,09900	0,51800	1,32200	1,88600	2,51900
8 Abr 2015	0,09900	0,53400	1,34800	1,90600	2,53000
9 Abr 2015	0,09900	0,55000	1,39900	1,96000	2,59900
10 Abr 2015	0,09400	0,55800	1,39500	1,94800	2,57900
11 Abr 2015					
12 Abr 2015					
13 Abr 2015	0,09400	0,53000	1,36800	1,92800	2,57400
14 Abr 2015	0,08900	0,51400	1,33800	1,89900	2,54300
15 Abr 2015	0,07900	0,49800	1,31500	1,88900	2,54000
16 Abr 2015	0,07900	0,48600	1,30100	1,89100	2,57600

Fuente: Indicadores económicos, 2015.



6.1.3 Tasas de Rentabilidad Esperada como Inversionista, teniendo en cuenta las tasas anteriores.

La tasa de rentabilidad mínima esperada por los inversionistas es del 30%, se determinó debido al análisis de la industria junto al alto potencial de crecimiento con el que cuenta este sector y al alto riesgo que tiene la incursión en este negocio para el inversionista.

6.1.4 Impuesto sobre la Renta y el CREE

El impuesto sobre la Renta para la Equidad CREE es un tributo de destinación específica para la financiación de programas de inversión social, en beneficio de la población más necesitada, que es usuaria del SENA y del ICBF. La declaración la presentan y pagan sólo las personas jurídicas contempladas en la Ley a diferencia del Impuesto sobre la Renta que la presentan y pagan tanto personas naturales como jurídicas.

La tarifa del Impuesto sobre la Renta para la Equidad es del 9%. Para el impuesto sobre la Renta personas jurídicas la tarifa es del 25%.

La base gravable del Impuesto sobre la Renta para la Equidad, CREE contempla menos deducciones y rentas exentas que el Impuesto sobre la Renta.

Los responsables del CREE tienen la exoneración de los pagos de aportes parafiscales (SENA - ICBF) y aporte a salud.

6.1.5 Porcentaje de Margen de Contribución sobre costo unitario del Producto para definir los Precios de Ventas

El porcentaje de contribución que utilizaremos para nuestros productos será del 10% por todas las líneas, este porcentaje determinara la ganancia que obtendremos por la venta de cada uno de nuestros productos.



6.2. Aportes de Capital de los Socios

El capital que será aportado por los 3 socios será de \$ 40.995.347. Estos estarán divididos en partes iguales de \$13.665.116 los cuales están destinados para cubrir con los gastos Preoperativos de la franquicia.

6.3 Créditos y Préstamos Bancarios

6.3.1 Nombre de la entidad financiera

El prestamo se hara ente Bancolombia, con el credito para capital de trabajo.

6.3.2 Monto total del prestamo necesario para el proyecto

El monto requerido ante la entidad bancaria seria de \$80.000.000, con los cuales estaran destinados a cubrir la adquisicion de los activos fijos que no se encuentran disponibles dentro del establecimiento, parte de este dinero tambien van dirigidos a cubrir los costos fijos, variables y de inventarios de la franquicia.

6.3.3 Tasa de Interes, Plazo del prestamo

El prestamo sera a 5 años, acontinuacion se ilustrara las plazos y tasas que otorga Bancolombia para quienes buscan este tipo de creditos.

Tabla 6.38 Tasas de crédito de préstamo para capital de trabajo

	Tasa fija		Tasa Variable T.A	Tasa Variable E.A
	MV	EA		
Emprendedor	2,00%	26,82%	DTF + 18,00%	DTF + 21,00%

Las tasas anteriores aplican para los plazos desde 3 meses hasta 60 meses.

Fuente: Bancolombia, 2015.



6.3.4 Resumen de Tabla Amortización: Capital Pagado, Intereses y Saldo Capital cada año.

La siguiente tabla se describe el capital prestado por la franquicia ante la entidad bancaria, en este se puede visualizar las cuotas, intereses, capital y saldos porteros que se generara mientras se termina de pagar la deuda.

Tabla 6.39 Tabla de Amortización Préstamo (Mensual)

Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 80.000.000
1	\$ 2.301.437	\$ 1.600.000	\$ 701.437	\$ 79.298.563
2	\$ 2.301.437	\$ 1.585.971	\$ 715.466	\$ 78.583.097
3	\$ 2.301.437	\$ 1.571.662	\$ 729.775	\$ 77.853.321
4	\$ 2.301.437	\$ 1.557.066	\$ 744.371	\$ 77.108.951
5	\$ 2.301.437	\$ 1.542.179	\$ 759.258	\$ 76.349.692
6	\$ 2.301.437	\$ 1.526.994	\$ 774.443	\$ 75.575.249
7	\$ 2.301.437	\$ 1.511.505	\$ 789.932	\$ 74.785.317
8	\$ 2.301.437	\$ 1.495.706	\$ 805.731	\$ 73.979.586
9	\$ 2.301.437	\$ 1.479.592	\$ 821.846	\$ 73.157.740
10	\$ 2.301.437	\$ 1.463.155	\$ 838.282	\$ 72.319.458
11	\$ 2.301.437	\$ 1.446.389	\$ 855.048	\$ 71.464.410
12	\$ 2.301.437	\$ 1.429.288	\$ 872.149	\$ 70.592.260
13	\$ 2.301.437	\$ 1.411.845	\$ 889.592	\$ 69.702.668
14	\$ 2.301.437	\$ 1.394.053	\$ 907.384	\$ 68.795.284
15	\$ 2.301.437	\$ 1.375.906	\$ 925.532	\$ 67.869.753
16	\$ 2.301.437	\$ 1.357.395	\$ 944.042	\$ 66.925.711
17	\$ 2.301.437	\$ 1.338.514	\$ 962.923	\$ 65.962.788
18	\$ 2.301.437	\$ 1.319.256	\$ 982.182	\$ 64.980.606
19	\$ 2.301.437	\$ 1.299.612	\$ 1.001.825	\$ 63.978.781
20	\$ 2.301.437	\$ 1.279.576	\$ 1.021.862	\$ 62.956.919
21	\$ 2.301.437	\$ 1.259.138	\$ 1.042.299	\$ 61.914.620
22	\$ 2.301.437	\$ 1.238.292	\$ 1.063.145	\$ 60.851.476
23	\$ 2.301.437	\$ 1.217.030	\$ 1.084.408	\$ 59.767.068
24	\$ 2.301.437	\$ 1.195.341	\$ 1.106.096	\$ 58.660.972
25	\$ 2.301.437	\$ 1.173.219	\$ 1.128.218	\$ 57.532.754
26	\$ 2.301.437	\$ 1.150.655	\$ 1.150.782	\$ 56.381.972
27	\$ 2.301.437	\$ 1.127.639	\$ 1.173.798	\$ 55.208.174



28	\$ 2.301.437	\$ 1.104.163	\$ 1.197.274	\$ 54.010.900
29	\$ 2.301.437	\$ 1.080.218	\$ 1.221.219	\$ 52.789.681
30	\$ 2.301.437	\$ 1.055.794	\$ 1.245.644	\$ 51.544.037
31	\$ 2.301.437	\$ 1.030.881	\$ 1.270.557	\$ 50.273.481
32	\$ 2.301.437	\$ 1.005.470	\$ 1.295.968	\$ 48.977.513
33	\$ 2.301.437	\$ 979.550	\$ 1.321.887	\$ 47.655.626
34	\$ 2.301.437	\$ 953.113	\$ 1.348.325	\$ 46.307.302
35	\$ 2.301.437	\$ 926.146	\$ 1.375.291	\$ 44.932.010
36	\$ 2.301.437	\$ 898.640	\$ 1.402.797	\$ 43.529.213
37	\$ 2.301.437	\$ 870.584	\$ 1.430.853	\$ 42.098.360
38	\$ 2.301.437	\$ 841.967	\$ 1.459.470	\$ 40.638.890
39	\$ 2.301.437	\$ 812.778	\$ 1.488.659	\$ 39.150.231
40	\$ 2.301.437	\$ 783.005	\$ 1.518.433	\$ 37.631.798
41	\$ 2.301.437	\$ 752.636	\$ 1.548.801	\$ 36.082.997
42	\$ 2.301.437	\$ 721.660	\$ 1.579.777	\$ 34.503.219
43	\$ 2.301.437	\$ 690.064	\$ 1.611.373	\$ 32.891.847
44	\$ 2.301.437	\$ 657.837	\$ 1.643.600	\$ 31.248.246
45	\$ 2.301.437	\$ 624.965	\$ 1.676.472	\$ 29.571.774
46	\$ 2.301.437	\$ 591.435	\$ 1.710.002	\$ 27.861.772
47	\$ 2.301.437	\$ 557.235	\$ 1.744.202	\$ 26.117.570
48	\$ 2.301.437	\$ 522.351	\$ 1.779.086	\$ 24.338.484
49	\$ 2.301.437	\$ 486.770	\$ 1.814.668	\$ 22.523.817
50	\$ 2.301.437	\$ 450.476	\$ 1.850.961	\$ 20.672.856
51	\$ 2.301.437	\$ 413.457	\$ 1.887.980	\$ 18.784.876
52	\$ 2.301.437	\$ 375.698	\$ 1.925.740	\$ 16.859.136
53	\$ 2.301.437	\$ 337.183	\$ 1.964.255	\$ 14.894.881
54	\$ 2.301.437	\$ 297.898	\$ 2.003.540	\$ 12.891.342
55	\$ 2.301.437	\$ 257.827	\$ 2.043.610	\$ 10.847.731
56	\$ 2.301.437	\$ 216.955	\$ 2.084.483	\$ 8.763.249
57	\$ 2.301.437	\$ 175.265	\$ 2.126.172	\$ 6.637.076
58	\$ 2.301.437	\$ 132.742	\$ 2.168.696	\$ 4.468.381
59	\$ 2.301.437	\$ 89.368	\$ 2.212.070	\$ 2.256.311
60	\$ 2.301.437	\$ 45.126	\$ 2.256.311	\$ 0

Fuente: Creacion Propia

6.4 Precios de los Productos



6.4.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos

A la hora de determinar el costo de nuestros productos se tomó en cuenta varios aspectos, el principal de estos fue la calidad del producto: la gran mayoría de cervezas artesanales que ofrece nuestra franquicia no se encuentra en el mercado nacional, además de la gran variedad de cervezas las cuales cuentan con certificaciones internacionales como las mejores cervezas artesanales del mundo.

El segundo factor a tener en cuenta es el valor agregado que genera la ambientación única de nuestro local comercial y el servicio personalizado que ofrecemos a nuestros clientes; para nuestra franquicia es de vital importancia dar a conocer los orígenes y los usos de cada una de nuestras cervezas artesanales, además de brindarles un espacio acondicionado único en el mercado con el objetivo de generar una mayor experiencia y satisfacción al consumidor.

El tercer y último factor que nos impulsó a determinar el costo de nuestros productos fue el precio de nuestra competencia; en el mercado nacional no se encuentra gran variedad de cerveza artesanal importada, aunque existe en el mercado local y nacional productores y comercializadores de cerveza artesanal estos productos no tienen la misma calidad, variedad, sabor, olor y demás atributos que puedan competir con nuestras cervezas.

6.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

En la siguiente tabla se podrá visualizar el precio de venta al consumidor de nuestros 4 grupos; para encontrar el valor final se debió tener en cuenta el costo de importación unitario de cada grupo, adicionalmente se tomó la participación de los de costos fijos unitarizando por cada grupo e implementando la utilidad que esperamos obtener por la venta de estas.



Este precio de venta obtenido nos da la posibilidad de ofrecer en el mercado un producto de alta calidad a un precio asequible, permitiéndonos ser competitivos buscando alcanzar un crecimiento y una alta rentabilidad de la franquicia.

Tabla 6.40 Tabla de Precio de venta

GRUPO	CVU	CFU	UTILIDAD 10%	PRECIO DE VENTA
€ 1 - 1,99	8.963,50	10.611,67	1957,52	21.532,69
€ 2 - 2,99	11.418,93	11.595,88	2301,48	25.316,29
€ 3 - 3,99	13.516,77	12.435,67	2595,24	28.547,68
€ 4 - 4,99	16.448,98	13.866,92	3031,59	33.347,49

Fuente: Creación Propia

6.5 Ingresos y Egresos

6.5.1 Ingresos

Ingresos Propios del Negocio

En la siguiente tabla podemos observar los ingresos que tendría el negocio en cada una de sus líneas de producto.

Podemos observar de que tenemos tres escenarios de ventas posibles los cuales son: optimista que es un escenario donde las ventas pueden alcanzar una alto rendimiento generando un mayor crecimiento en el consumo de las cervezas artesanales, medio que sería un escenario en donde las ventas cumplirían con la demanda estimada durante un periodo, logrando un punto de equilibrio de la franquicia y por ultimo tenemos el escenario pesimista en donde las ventas no cumplirían con unidades mínimas requeridas para cubrir sus costos fijos totales lo que perjudicaría la estabilidad de la franquicia en el mercado.

Si se cumple con los objetivos planteados en cada mes El promedio de ventas mensuales de todas las líneas seria de: \$ 51.297.575,20 COP



Tabla 6.41 Tabla de ingresos por linea

GRUPO	PRECIO DE VENTA UNITARIO	OPTIMISTA	MEDIO	PESIMISTA	PROMEDIO DE INGRESOS
€ 1 - 1,99	21532,69	420	380	370	
TOTAL		\$ 9.043.729,80	\$ 8.182.422,20	\$ 9.043.729,80	\$ 8.397.749,10
€ 2 - 2,99	25316,29	1195	1180	1168	
TOTAL		\$ 30.252.966,55	\$ 29.873.222,20	\$ 29.569.426,72	\$ 29.898.538,50
€ 3 - 3,99	28547,68	310	300	275	
TOTAL		\$ 8.849.780,80	\$ 8.564.304,00	\$ 7.850.612,00	\$ 8.421.565,60
€ 4 - 4,99	33347,49	150	140	122	
TOTAL		\$ 5.002.123,50	\$ 4.668.648,60	\$ 4.068.393,78	\$ 4.579.721,97

Fuente: Creación Propia

6.5.2 Egresos

6.5.2.1 Inversiones

Como se puede observar en la siguiente tabla, nuestros gastos pre-operativos son muy altos principalmente por la adquisición de la franquicia seguido de los altos impuesto a las importaciones de bebidas alcohólicas y a los registros sanitarios exigidos, esta inversión fue la que más llamo la atención de los inversionista ya que al invertir en una marca que se encuentra muy posicionada en el mercado internacional, asumiendo un riesgo que puede generar una rentabilidad alta gracias al asesoramiento y acompañamiento por parte de la casa matriz para que esta genere un alto impacto en el mercado local, consumidores y en la forma en la que se toma y se perfila el nuevo mercado de la cerveza artesanal en el mundo.



Tabla 6.42 Tabla de Inversión en Gastos Pre-operativos

Gastos Preoperativos Exigibles	Valor
Adquisición de franquicia	\$ 33.360.000,0
Constitución	\$ 1.024.974,0
Registro sanitario para la importación	\$ 2.356.640,0
Publicidad y Promoción	\$ 390.000,0
Sayco & Acinpro	\$ 2.658.633,0
Certificado de uso de suelos	\$ 5.100,0
Adecuación del PUB	\$ 1.200.000,0
Total Gasto Preoperativos Exigibles	\$ 40.995.347,0

Fuente: Creación Propia

6.5.2.2 Inversiones en Activos Fijos.

En la siguiente tabla se encontrarán los activos fijos necesarios para cada una de las áreas de la franquicia, con estos se busca una excelente realización de las labores de nuestros empleados y generar en nuestros clientes la mayor de las experiencias al consumir nuestro productos en nuestro PUB, para nuestra franquicia es importante contar con equipos, dotación, muebles y enseres de alta calidad que faciliten la tarea y la experiencia de nuestro clientes internos y externos.



Tabla 6.43 Tabla de Inversión En Activos Fijos

Activos Fijos Exigibles (Vida Util)	Valor
Computadores(3 años)	\$ 4.519.996,0
Equipo de camara de seguridad (3 años)	\$ 648.000,0
Telefonos (3 años)	\$ 119.600,0
Impresora (3 años)	\$ 585.900,0
Sillas (10 años)	\$ 319.600,0
Escritorios (10 años)	\$ 399.600,0
Calculadoras (5 años)	\$ 56.000,0
Dispensador de agua (5 años)	\$ 269.000,0
Caja Registradora (5 años)	\$ 290.000,0
Destapadores (5 años)	\$ 20.000,0
Vasos (5años)	\$ 255.000,0
Copas (5 años)	\$ 180.000,0
Drywall(10 años)	\$ 356.000,0
Iluminacion (10 años)	\$ 450.000,0
Sillas de barra(10 años)	\$ 600.000,0
Barra (10 años)	\$ 2.000.000,0
Tablones de madera (10 años)	\$ 980.000,0
Pintura (10 años)	\$ 547.800,0
Servilleros (5 años)	\$ 110.000,0
Equipo de sonido (3 años)	\$ 849.900,0
Televisores (3 años)	\$ 1.919.160,0
Enfriadores (3 años)	\$ 1.413.900,0
Sillas Bar (10 años)	\$ 2.160.000,0
Mesas Bar (10 años)	\$ 480.000,0
Bandejas (5 años)	\$ 168.750,0
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 19.698.206,0

Fuente: Creacion Propia

6.5.2.3 Inversion en Capital de trabajo

Esta inversión se tiene como objetivo primordial cubrir en su totalidad los costos en los que incurre el negocio durante un periodo determinado, este capital de trabajo busca generar los suficientes ingresos capaces de cubrir nuestros costos totales y a su vez generar una utilidad para sus socios lo cual genere un equilibrio y unos altos márgenes de rentabilidad que aseguren a largo tiempo la permanencia de la franquicia en el mercado.



Tabla 6.44 Tabla de Inversión En Capital De Trabajo

Requerimientos de Efectivo	CUENTA	VALOR
		Costos Variables
	Costos Fijos de Producción	\$ 0
	Costos Fijos de Administración	\$ 21.464.032
	Costos Fijos de Comercialización y Ventas	\$ 13.620.951

Activo Corriente	CUENTA	VALOR
		Cuentas por Cobrar
	Inventarios productos	\$ 11.613.981
	Inventario de Materia Prima	\$ 0

Pasivo Corriente	CUENTA	VALOR
		Materia Prima
	Fijos de Produccion	\$ 0
	Administrativos	\$ 7.154.677
	Comercialización y Ventas	\$ 4.540.317

INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO		\$ 58.312.944
--	--	----------------------

Fuente: Creacion Propia

6.5.2.4 Costos Variables

En la siguiente tabla se encuentran discriminados los costos de cada una de las líneas con las que cuenta la franquicia, en estas se puede visualizar el precio de estas y como cada una de estas aporta para cubrir los costos totales en los que incurre la franquicia cada mes; para inversiones JVJ es importante tener unos precios de compra bajos con el objetivo de ser mucho más competitivos en precios en el mercado y poder atraer más consumidores a nuestro PUB.



Tabla 6.45 Costos Variables De La Franquicia.

Total Costos Variables por Producto	Ventas Unidades	Costo Variable total	Participación Ventas	Costos Unitario Total Ponderado por Producto
Cervezas Artesa \$ 8.963,5	390	\$ 3.495.765,0	16,42%	\$ 18.809,36
Cervezas Artesa \$ 11.418,9	1.181	\$ 13.485.756,3	58,25%	\$ 22.955,95
Cervezas Artesa \$ 13.516,8	295	\$ 3.987.447,2	16,41%	\$ 26.526,38
Cervezas Artesa \$ 16.449,0	137	\$ 2.258.993,3	8,92%	\$ 31.645,93
COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)		\$ 23.227.961,7		

Fuente: Creación Propia

6.5.3 Estados Financieros

6.5.3.1 Estado de Perdidas y Ganancias o Estado De Resultados

Como podemos observar en la siguiente tabla, nuestro estado de perdidas y ganancias nos evidencia que todos los valores de los diferentes cuentas mensualmente son iguales, pero si vizualisamos especificamente las utilidades repartidas no acumuladas nos muestra que cada mes tiene un crecimiento que beneficia a la franquicia, ya que estas utilidades seran reinvertidas para el mejoramiento, sostenimiento, pago de deudas y generar asi una mayor rentabilidad de la franquicia a corto, mediano y largo plazo.



ESTADO DE RESULTADOS -CIFRAS MENSUALES

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por concepto de Ventas	51.297.575	51.297.575	51.297.575	51.297.575	51.297.575	51.297.575	51.297.575	51.297.575	51.297.575	51.297.575	51.297.575	51.297.575
- Costo Variables	23.227.962	23.227.962	23.227.962	23.227.962	23.227.962	23.227.962	23.227.962	23.227.962	23.227.962	23.227.962	23.227.962	23.227.962
- Costos Fijos Producción	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Gastos Depreciación	377.148	377.148	377.148	377.148	377.148	377.148	377.148	377.148	377.148	377.148	377.148	377.148
= Utilidad Bruta en Ventas	27.692.465	27.692.465	27.692.465	27.692.465	27.692.465	27.692.465	27.692.465	27.692.465	27.692.465	27.692.465	27.692.465	27.692.465
- Costos fijos de Administración	14.309.354	14.309.354	14.309.354	14.309.354	14.309.354	14.309.354	14.309.354	14.309.354	14.309.354	14.309.354	14.309.354	14.309.354
- Costos Fijos de Ventas y Distribución	9.080.634	9.080.634	9.080.634	9.080.634	9.080.634	9.080.634	9.080.634	9.080.634	9.080.634	9.080.634	9.080.634	9.080.634
- Amortización de diferidos	683.256	683.256	683.256	683.256	683.256	683.256	683.256	683.256	683.256	683.256	683.256	683.256
= Utilidad Operativa	3.619.221	3.619.221	3.619.221	3.619.221	3.619.221	3.619.221	3.619.221	3.619.221	3.619.221	3.619.221	3.619.221	3.619.221
+ Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidad Antes de Impuestos	3.619.221	3.619.221	3.619.221	3.619.221	3.619.221	3.619.221	3.619.221	3.619.221	3.619.221	3.619.221	3.619.221	3.619.221
- Impuestos	904.805	904.805	904.805	904.805	904.805	904.805	904.805	904.805	904.805	904.805	904.805	904.805
= UTILIDAD NETA	2.714.416	2.714.416	2.714.416	2.714.416	2.714.416	2.714.416	2.714.416	2.714.416	2.714.416	2.714.416	2.714.416	2.714.416
- Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidades no Repartidas	2.714.416	2.714.416	2.714.416	2.714.416	2.714.416	2.714.416	2.714.416	2.714.416	2.714.416	2.714.416	2.714.416	2.714.416
Utilidades no Repartidas Acumuladas	2.714.416	5.428.832	8.143.248	10.857.664	13.572.080	16.286.496	19.000.912	21.715.328	24.429.744	27.144.160	29.858.576	32.572.992

Fuente: Creación Propia

6.5.3.2 Flujo de Caja y VPN

Según la información de la siguiente tabla del flujo de caja del primer año de la franquicia Beer Shooter. El comportamiento es decreciente en los primeros 11 meses del año debido a que aun la empresa no tiene el crecimiento anual esperado del 10%, además cuenta con una deuda bancaria la cual se destino para darle el arranque al proyecto y parte del flujo de caja recibido por la franquicia va destinado a la cuota mensual del prestamo; Se puede evidenciar en el mes 12 que la empresa tuvo un mayor flujo de caja debido a que en el cierre de año se tiene en cuenta la inversión de capital de trabajo y el valor de salvamento genera un aumento en este mes sumando el flujo de caja mensual producido por la franquicia, cabe la pena resaltar que ambos datos dan información de como se encuentra financieramente la franquicia. Por otra parte nuestro VPN es mayor a cero lo que significa que el proyecto es viable, además de que el % de la TIR supera la tasa esperada cual generara una rentabilidad atractiva para los inversionistas.



TABLA 6.47 Flujo de caja mensual y evaluacion financiera

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas	2.075	2.075	2.075	2.075	2.075	2.075	2.075	2.075	2.075	2.075	2.075	2.075
Medias	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Bajas	1.935	1.935	1.935	1.935	1.935	1.935	1.935	1.935	1.935	1.935	1.935	1.935
Consolidado	2.003	2.003	2.003	2.003	2.003	2.003	2.003	2.003	2.003	2.003	2.003	2.003

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575
- Costos variables		\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962
- Costos fijos	\$ 0	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988
Costos fijos de Producción		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costos fijos de Administración		\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 1.600.000	\$ 1.585.971	\$ 1.571.662	\$ 1.557.066	\$ 1.542.179	\$ 1.526.994	\$ 1.511.505	\$ 1.495.706	\$ 1.479.592	\$ 1.463.155	\$ 1.446.389	\$ 1.429.288
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 2.019.221	\$ 2.033.250	\$ 2.047.559	\$ 2.062.155	\$ 2.077.042	\$ 2.092.227	\$ 2.107.716	\$ 2.123.515	\$ 2.139.630	\$ 2.156.067	\$ 2.172.832	\$ 2.189.933
- Impuestos	\$ 0	\$ 504.805	\$ 508.313	\$ 511.890	\$ 515.539	\$ 519.261	\$ 523.057	\$ 526.929	\$ 530.879	\$ 534.907	\$ 539.017	\$ 543.208	\$ 547.483
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 1.514.416	\$ 1.524.938	\$ 1.535.670	\$ 1.546.616	\$ 1.557.782	\$ 1.569.171	\$ 1.580.787	\$ 1.592.636	\$ 1.604.722	\$ 1.617.050	\$ 1.629.624	\$ 1.642.450
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 80.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 106.281.653
Prestamos	\$ 80.000.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 58.312.944
Valor de Salvamento													\$ 47.968.708
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 119.006.497	\$ 701.437	\$ 715.466	\$ 729.775	\$ 744.371	\$ 759.258	\$ 774.443	\$ 789.932	\$ 805.731	\$ 821.846	\$ 838.282	\$ 855.048	\$ 872.149
Activos Fijos	\$ 19.698.206												
Pago Credito (Capital)		\$ 701.437	\$ 715.466	\$ 729.775	\$ 744.371	\$ 759.258	\$ 774.443	\$ 789.932	\$ 805.731	\$ 821.846	\$ 838.282	\$ 855.048	\$ 872.149
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 40.995.347												
Capital de Trabajo	\$ 58.312.944												
FLUJO DE CAJA	-\$ 39.006.497	\$ 1.873.382	\$ 1.869.875	\$ 1.866.298	\$ 1.862.649	\$ 1.858.927	\$ 1.855.131	\$ 1.851.259	\$ 1.847.309	\$ 1.843.280	\$ 1.839.171	\$ 1.834.980	\$ 108.112.357

Tasa Interna de Retorno	2,21%
Valor Presente Neto	62.106.517
Tasa Interna de Retorno	11,94%

[Volver al Menu Principal](#)

Fuente: Creación Propia



6.5.4 Estados Financieros Proyectados y Analisis de Sensibilidad

6.5.4.1 Analisis de sensiblilidad en Escenario negativo

Variacion negativa en el Precio

Según la siguiente tabla, en la que se reducido un 5% del precio real del producto, se puede evidenciar que comparado con el estado real de perdidas y ganancias de la franquicia en el primer año, se afectara negativamente el flujo de caja en los primeros 11 meses debido a que el precio de venta al ser menor no alcanzaria a cubrir los gastos totales mensuales de la franquicia, en este tipo de acontecimientos no seria rentable invertir en el negocio si los precios de las cervezas artesanales decae en dicho porcentaje, aunque en el mes 12 se tiene un aumento del flujo de caja principal mente por la recuperacion de capital de trabajo el negocio sequiria generando perdidas y la mejor opcion seria cerrar la franquicia.

Otro factor importante que muestra la tabla en este caso es el comportamiento del VPN ya que al disminuir el precio se generaria menores ingresos a los esperados por los inversionistas, del mismo modo se reduciria la TIR y daria como resultado un proyecto inviable para un inversionista que espera una tasa minima esperada del 30% anual.



TABLA 6.48 Flujo de caja negativo variando el precio

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 48.732.696	\$ 48.732.696	\$ 48.732.696	\$ 48.732.696	\$ 48.732.696	\$ 48.732.696	\$ 48.732.696	\$ 48.732.696	\$ 48.732.696	\$ 48.732.696	\$ 48.732.696	\$ 48.732.696
- Costos variables		\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962
- Costos fijos	\$ 0	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988
Costos fijos de Producción		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costos fijos de Administración		\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 1.600.000	\$ 1.585.971	\$ 1.571.662	\$ 1.557.066	\$ 1.542.179	\$ 1.526.994	\$ 1.511.505	\$ 1.495.706	\$ 1.479.592	\$ 1.463.155	\$ 1.446.389	\$ 1.429.288
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	-\$ 545.657	-\$ 531.629	-\$ 517.319	-\$ 502.724	-\$ 487.836	-\$ 472.651	-\$ 457.162	-\$ 441.364	-\$ 425.249	-\$ 408.812	-\$ 392.047	-\$ 374.946
- Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	-\$ 545.657	-\$ 531.629	-\$ 517.319	-\$ 502.724	-\$ 487.836	-\$ 472.651	-\$ 457.162	-\$ 441.364	-\$ 425.249	-\$ 408.812	-\$ 392.047	-\$ 374.946
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 80.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 106.281.653
Prestamos	\$ 80.000.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 58.312.944
Valor de Salvamento													\$ 47.968.708
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 119.006.497	\$ 701.437	\$ 715.466	\$ 729.775	\$ 744.371	\$ 759.258	\$ 774.443	\$ 789.932	\$ 805.731	\$ 821.846	\$ 838.282	\$ 855.048	\$ 872.149
Activos Fijos	\$ 19.698.206												
Pago Credito (Capital)		\$ 701.437	\$ 715.466	\$ 729.775	\$ 744.371	\$ 759.258	\$ 774.443	\$ 789.932	\$ 805.731	\$ 821.846	\$ 838.282	\$ 855.048	\$ 872.149
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 40.995.347												
Capital de Trabajo	\$ 58.312.944												
FLUJO DE CAJA	-\$ 39.006.497	-\$ 186.691	-\$ 186.691	-\$ 186.691	-\$ 186.691	-\$ 186.691	-\$ 186.691	-\$ 186.691	-\$ 186.691	-\$ 186.691	-\$ 186.691	-\$ 186.691	\$ 106.094.962

Cambio Porcentual en el Precio	-5,00%
Tasa de Retorno	2,21%
Valor Presente Neto	40.803.796
Tasa Interna de Retorno	8,40%

[Volver al Menú Inicial](#)

Fuente: Creación Propia



Variacion negativa Ventas

En el analisis de la siguiente tabla donde se muestra una reducci3n de las ventas del 10% mensual, se puede ver que el negocio no seria rentable ya que las ventas no alcanzaria a cubrir los costos totales de esta y por lo cual la mejor opcion seria liquidar la franquicia para no seguir generando mayores deudas.

En este caso el comportamiento del VPN y la TIR no son atractivos para los inversionistas ya que el flujo de caja es negativo y por esta razon no se cumplirian con las rentabilidades minimas esperadas por estos.



TABLA 6.49 Flujo de caja negativo variando las ventas

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas	1868	1868	1868	1868	1868	1868	1868	1868	1868	1868	1868	1868
Medias	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800
Bajas	1742	1742	1742	1742	1742	1742	1742	1742	1742	1742	1742	1742
Consolidado	1803	1803	1803	1803	1803	1803	1803	1803	1803	1803	1803	1803

CONCEPTOS	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 46.167.818	\$ 46.167.818	\$ 46.167.818	\$ 46.167.818	\$ 46.167.818	\$ 46.167.818	\$ 46.167.818	\$ 46.167.818	\$ 46.167.818	\$ 46.167.818	\$ 46.167.818	\$ 46.167.818
- Costos variables		\$ 20.905.166	\$ 20.905.166	\$ 20.905.166	\$ 20.905.166	\$ 20.905.166	\$ 20.905.166	\$ 20.905.166	\$ 20.905.166	\$ 20.905.166	\$ 20.905.166	\$ 20.905.166	\$ 20.905.166
- Costos fijos	\$ 0	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988
Costos fijos de Producción		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costos fijos de Administración		\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 1.600.000	\$ 1.585.971	\$ 1.571.662	\$ 1.557.066	\$ 1.542.179	\$ 1.526.994	\$ 1.511.505	\$ 1.495.706	\$ 1.479.592	\$ 1.463.155	\$ 1.446.389	\$ 1.429.288
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	-\$ 787.740	-\$ 773.711	-\$ 759.402	-\$ 744.806	-\$ 729.919	-\$ 714.734	-\$ 699.245	-\$ 683.446	-\$ 667.332	-\$ 650.895	-\$ 634.129	-\$ 617.028
- Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	-\$ 787.740	-\$ 773.711	-\$ 759.402	-\$ 744.806	-\$ 729.919	-\$ 714.734	-\$ 699.245	-\$ 683.446	-\$ 667.332	-\$ 650.895	-\$ 634.129	-\$ 617.028
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 80.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 103.958.856
Préstamos	\$ 80.000.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 55.990.148
Valor de Salvamento													\$ 47.968.708
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 116.683.701	\$ 701.437	\$ 715.466	\$ 729.775	\$ 744.371	\$ 759.258	\$ 774.443	\$ 789.932	\$ 805.731	\$ 821.846	\$ 838.282	\$ 855.048	\$ 872.149
Activos Fijos	\$ 19.698.206												
Pago Credito (Capital)		\$ 701.437	\$ 715.466	\$ 729.775	\$ 744.371	\$ 759.258	\$ 774.443	\$ 789.932	\$ 805.731	\$ 821.846	\$ 838.282	\$ 855.048	\$ 872.149
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 40.995.347												
Capital de Trabajo	\$ 55.990.148												
FLUJO DE CAJA	-\$ 36.683.701	-\$ 428.774	-\$ 428.774	-\$ 428.774	-\$ 428.774	-\$ 428.774	-\$ 428.774	-\$ 428.774	-\$ 428.774	-\$ 428.774	-\$ 428.774	-\$ 428.774	\$ 103.530.083

Cambio Porcentual en las Ventas	-10,00%
Tasa de Retorno	2,21%
Valor Presente Neto	38.812.335
Tasa Interna de Retorno	8,32%

[Volver al Menú Inicial](#)

Fuente: Creación Propia



Variacion negativa en los Costos variables

En la siguiente tabla se evidencia como afecta un aumento del 8% en los costos variables, esto se traduce en que nuestras utilidades se van a ver afectadas con una disminución ya que los costos fijos no tendrían ninguna variación y el precio de venta no cambiaría para no afectar nuestra demanda. Con este fenómeno de que aumente el costo variable la tabla nos muestra que el negocio seguiría siendo rentable.

Aunque el VPN se reduce en pequeña proporción frente al VPN real del proyecto y la TIR real, el negocio sigue siendo atractivo para los inversionistas ya que cumpliría con sus requerimientos mínimos aunque se sacrifique un poco la rentabilidad de esta.



TABLA 6.50 Flujo de caja negativo variando los costos variables

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575
- Costos variables		\$ 25.086.199	\$ 25.086.199	\$ 25.086.199	\$ 25.086.199	\$ 25.086.199	\$ 25.086.199	\$ 25.086.199	\$ 25.086.199	\$ 25.086.199	\$ 25.086.199	\$ 25.086.199	\$ 25.086.199
- Costos fijos	\$ 0	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988
Costos fijos de Producción		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costos fijos de Administración		\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 1.600.000	\$ 1.585.971	\$ 1.571.662	\$ 1.557.066	\$ 1.542.179	\$ 1.526.994	\$ 1.511.505	\$ 1.495.706	\$ 1.479.592	\$ 1.463.155	\$ 1.446.389	\$ 1.429.288
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 160.984	\$ 175.013	\$ 189.322	\$ 203.918	\$ 218.805	\$ 233.991	\$ 249.479	\$ 265.278	\$ 281.393	\$ 297.830	\$ 314.595	\$ 331.696
- Impuestos	\$ 0	\$ 40.246	\$ 43.753	\$ 47.331	\$ 50.979	\$ 54.701	\$ 58.498	\$ 62.370	\$ 66.320	\$ 70.348	\$ 74.457	\$ 78.649	\$ 82.924
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 120.738	\$ 131.260	\$ 141.992	\$ 152.938	\$ 164.104	\$ 175.493	\$ 187.110	\$ 198.959	\$ 211.045	\$ 223.372	\$ 235.946	\$ 248.772
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 80.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 108.139.890
Prestamos	\$ 80.000.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 60.171.181
Valor de Salvamento													\$ 47.968.708
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 120.864.734	\$ 701.437	\$ 715.466	\$ 729.775	\$ 744.371	\$ 759.258	\$ 774.443	\$ 789.932	\$ 805.731	\$ 821.846	\$ 838.282	\$ 855.048	\$ 872.149
Activos Fijos	\$ 19.698.206												
Pago Credito (Capital)		\$ 701.437	\$ 715.466	\$ 729.775	\$ 744.371	\$ 759.258	\$ 774.443	\$ 789.932	\$ 805.731	\$ 821.846	\$ 838.282	\$ 855.048	\$ 872.149
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 40.995.347												
Capital de Trabajo	\$ 60.171.181												
FLUJO DE CAJA	-\$ 40.864.734	\$ 479.705	\$ 476.198	\$ 472.620	\$ 468.971	\$ 465.250	\$ 461.453	\$ 457.581	\$ 453.631	\$ 449.603	\$ 445.493	\$ 441.302	\$ 108.576.916

Cambio Porcentual Costos Variables	8,00%
Tasa de Retorno	2,21%
Valor Presente Neto	47.127.455
Tasa Interna de Retorno	9,21%

[Volver al Menú Inicial](#)

Fuente: Creación Propia



Variacion negativa en los Costos fijos

En la siguiente tabla se puede apreciar que al existir un aumento del 8% en los costos fijos se afectara nuestra utilidades ya que se debera disponer parte de las ganancias para cubrir estos costos, lo cual no beneficiaria a los inversionistas por que la TIR y el VAN tendria una disminucion lo que afectaria la rentabilidad esperada por estos, pero de igual manera este proyecto seguiria siendo viable.





TABLA 6.51 Flujo de caja negativo variando los costos fijos

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575
- Costos variables		\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962
- Costos fijos	\$ 0	\$ 25.261.187	\$ 25.261.187	\$ 25.261.187	\$ 25.261.187	\$ 25.261.187	\$ 25.261.187	\$ 25.261.187	\$ 25.261.187	\$ 25.261.187	\$ 25.261.187	\$ 25.261.187	\$ 25.261.187
Costos fijos de Producción		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costos fijos de Administración		\$ 15.454.103	\$ 15.454.103	\$ 15.454.103	\$ 15.454.103	\$ 15.454.103	\$ 15.454.103	\$ 15.454.103	\$ 15.454.103	\$ 15.454.103	\$ 15.454.103	\$ 15.454.103	\$ 15.454.103
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 9.807.085	\$ 9.807.085	\$ 9.807.085	\$ 9.807.085	\$ 9.807.085	\$ 9.807.085	\$ 9.807.085	\$ 9.807.085	\$ 9.807.085	\$ 9.807.085	\$ 9.807.085	\$ 9.807.085
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404
- Intereses Crédito		\$ 1.600.000	\$ 1.585.971	\$ 1.571.662	\$ 1.557.066	\$ 1.542.179	\$ 1.526.994	\$ 1.511.505	\$ 1.495.706	\$ 1.479.592	\$ 1.463.155	\$ 1.446.389	\$ 1.429.288
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 148.022	\$ 162.051	\$ 176.360	\$ 190.956	\$ 205.843	\$ 221.028	\$ 236.517	\$ 252.316	\$ 268.431	\$ 284.867	\$ 301.633	\$ 318.734
- Impuestos	\$ 0	\$ 37.006	\$ 40.513	\$ 44.090	\$ 47.739	\$ 51.461	\$ 55.257	\$ 59.129	\$ 63.079	\$ 67.108	\$ 71.217	\$ 75.408	\$ 79.684
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 111.017	\$ 121.538	\$ 132.270	\$ 143.217	\$ 154.382	\$ 165.771	\$ 177.388	\$ 189.237	\$ 201.323	\$ 213.651	\$ 226.225	\$ 239.051
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 80.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 109.088.451
Prestamos	\$ 80.000.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 61.119.743
Valor de Salvamento													\$ 47.968.708
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 121.813.296	\$ 701.437	\$ 715.466	\$ 729.775	\$ 744.371	\$ 759.258	\$ 774.443	\$ 789.932	\$ 805.731	\$ 821.846	\$ 838.282	\$ 855.048	\$ 872.149
Activos Fijos	\$ 19.698.206												
Pago Credito (Capital)		\$ 701.437	\$ 715.466	\$ 729.775	\$ 744.371	\$ 759.258	\$ 774.443	\$ 789.932	\$ 805.731	\$ 821.846	\$ 838.282	\$ 855.048	\$ 872.149
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 40.995.347												
Capital de Trabajo	\$ 61.119.743												
FLUJO DE CAJA	-\$ 41.813.296	\$ 469.983	\$ 466.476	\$ 462.899	\$ 459.250	\$ 455.528	\$ 451.732	\$ 447.859	\$ 443.910	\$ 439.881	\$ 435.772	\$ 431.580	\$ 109.515.756

Cambio Porcentual Costos Fijos	8,00%
Tasa de Retorno	2,21%
Valor Presente Neto	46.807.099
Tasa Interna de Retorno	9,05%

[Volver al Menú Inicial](#)

Fuente: Creación Propia



Variacion negativa en la Tasa de rentabilidad esperada

Al aumentar nuestra tasa esperada se obtendra una menor rentabilidad del negocio ya que la diferencia al aumentar la tasa de descuento o la tasa esperada encontraríamos un proyecto menos atractivo para los inversionistas ya que la TIR que el negocio ofrece esta muy poco por encima que la tasa de descuento real del proyecto, aun asi el proyecto sigue siendo prometedor, en la siguiente tabla se enseñara como se comporta el flujo de caja con un aumento que supera al esperado por los inversionista simple y cuando los consumidores esten dispuestos a adquirir la cerveza artesanal a este precio.



TABLA 6.52 Flujo de caja negativo variando la tasa de retorno

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas	2075	2075	2075	2075	2075	2075	2075	2075	2075	2075	2075	2075
Medias	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000
Bajas	1935	1935	1935	1935	1935	1935	1935	1935	1935	1935	1935	1935
Consolidado	2003	2003	2003	2003	2003	2003	2003	2003	2003	2003	2003	2003

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575
- Costos variables		\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962
- Costos fijos		\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988
Costos fijos de Producción		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costos fijos de Administración		\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634
- No Desembolsables		\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404
- Intereses Credito		\$ 1.600.000	\$ 1.585.971	\$ 1.571.662	\$ 1.557.066	\$ 1.542.179	\$ 1.526.994	\$ 1.511.505	\$ 1.495.706	\$ 1.479.592	\$ 1.463.155	\$ 1.446.389	\$ 1.429.288
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 2.019.221	\$ 2.033.250	\$ 2.047.559	\$ 2.062.155	\$ 2.077.042	\$ 2.092.227	\$ 2.107.716	\$ 2.123.515	\$ 2.139.630	\$ 2.156.067	\$ 2.172.832	\$ 2.189.933
- Impuestos	\$ 0	\$ 504.805	\$ 508.313	\$ 511.890	\$ 515.539	\$ 519.261	\$ 523.057	\$ 526.929	\$ 530.879	\$ 534.907	\$ 539.017	\$ 543.208	\$ 547.483
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 1.514.416	\$ 1.524.938	\$ 1.535.670	\$ 1.546.616	\$ 1.557.782	\$ 1.569.171	\$ 1.580.787	\$ 1.592.636	\$ 1.604.722	\$ 1.617.050	\$ 1.629.624	\$ 1.642.450
+ Ajuste por No Desembolsables		\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 80.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 106.281.653
Prestamos	\$ 80.000.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 58.312.944
Valor de Salvamento													\$ 47.968.708
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 119.006.497	\$ 701.437	\$ 715.466	\$ 729.775	\$ 744.371	\$ 759.258	\$ 774.443	\$ 789.932	\$ 805.731	\$ 821.846	\$ 838.282	\$ 855.048	\$ 872.149
Activos Fijos	\$ 19.698.206												
Pago Credito (Capital)		\$ 701.437	\$ 715.466	\$ 729.775	\$ 744.371	\$ 759.258	\$ 774.443	\$ 789.932	\$ 805.731	\$ 821.846	\$ 838.282	\$ 855.048	\$ 872.149
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 40.995.347												
Capital de Trabajo	\$ 58.312.944												
FLUJO DE CAJA	-\$ 39.006.497	\$ 1.873.382	\$ 1.869.875	\$ 1.866.298	\$ 1.862.649	\$ 1.858.927	\$ 1.855.131	\$ 1.851.259	\$ 1.847.309	\$ 1.843.280	\$ 1.839.171	\$ 1.834.980	\$ 1.08.112.357

Tasa Interna de Retorno	3,00%
Valor Presente Neto	53.993.117
Tasa Interna de Retorno	11,94%

[Volver al Menu Principal](#)

Fuente: Creación Propia



6.5.4.2 Escenario Positivo

Variacion positiva en los Precios

Al elevarse el precio del producto en un 5% podemos visualizar en la siguiente tabla que se obtendra un mayor flujo de caja que permitira aumentar el VPN y la TIR por encima de lo pronosticado al inicio del proyecto, con estos flujos se podria saldar el prestamo con el banco de manera mas rapida y parte del dinero sobrante se podria reenvertir en la franquicia para generar un mayor crecimiento.



TABLA 6.53 Flujo de caja positivo variando el precio

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 53.862.454	\$ 53.862.454	\$ 53.862.454	\$ 53.862.454	\$ 53.862.454	\$ 53.862.454	\$ 53.862.454	\$ 53.862.454	\$ 53.862.454	\$ 53.862.454	\$ 53.862.454	\$ 53.862.454
- Costos variables		\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962
- Costos fijos	\$ 0	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988
Costos fijos de Producción		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costos fijos de Administración		\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 1.600.000	\$ 1.585.971	\$ 1.571.662	\$ 1.557.066	\$ 1.542.179	\$ 1.526.994	\$ 1.511.505	\$ 1.495.706	\$ 1.479.592	\$ 1.463.155	\$ 1.446.389	\$ 1.429.288
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 4.584.100	\$ 4.598.129	\$ 4.612.438	\$ 4.627.034	\$ 4.641.921	\$ 4.657.106	\$ 4.672.595	\$ 4.688.394	\$ 4.704.508	\$ 4.720.945	\$ 4.737.711	\$ 4.754.812
- Impuestos	\$ 0	\$ 1.146.025	\$ 1.149.532	\$ 1.153.110	\$ 1.156.758	\$ 1.160.480	\$ 1.164.277	\$ 1.168.149	\$ 1.172.098	\$ 1.176.127	\$ 1.180.236	\$ 1.184.428	\$ 1.188.703
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 3.438.075	\$ 3.448.597	\$ 3.459.329	\$ 3.470.275	\$ 3.481.441	\$ 3.492.830	\$ 3.504.446	\$ 3.516.295	\$ 3.528.381	\$ 3.540.709	\$ 3.553.283	\$ 3.566.109
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 80.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 106.281.653
Prestamos	\$ 80.000.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 58.312.944
Valor de Salvamento													\$ 47.968.708
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 119.006.497	\$ 701.437	\$ 715.466	\$ 729.775	\$ 744.371	\$ 759.258	\$ 774.443	\$ 789.932	\$ 805.731	\$ 821.846	\$ 838.282	\$ 855.048	\$ 872.149
Activos Fijos	\$ 19.698.206												
Pago Credito (Capital)		\$ 701.437	\$ 715.466	\$ 729.775	\$ 744.371	\$ 759.258	\$ 774.443	\$ 789.932	\$ 805.731	\$ 821.846	\$ 838.282	\$ 855.048	\$ 872.149
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 40.995.347												
Capital de Trabajo	\$ 58.312.944												
FLUJO DE CAJA	-\$ 39.006.497	\$ 3.797.042	\$ 3.793.534	\$ 3.789.957	\$ 3.786.308	\$ 3.782.586	\$ 3.778.790	\$ 3.774.918	\$ 3.770.968	\$ 3.766.939	\$ 3.762.830	\$ 3.758.639	\$ 110.036.016

Cambio Porcentual en el Precio	5,00%
Tasa de Retorno	2,21%
Valor Presente Neto	82.189.956
Tasa Interna de Retorno	15,47%

[Volver al Menú Inicial](#)

Fuente: Creación Propia



Variacion positiva en las Ventas

Como se puede observar en la siguiente tabla este escenario sera el mas beneficioso para la franquicia, debido a que con el aumento de ventas del 10% se generara una mayor rentabilidad y sostenibilidad de la franquicia a futuro ya que los niveles de ingreso se elevaria por que se compraria una mayor cantidad de producto a un precio mas bajo; incrementando asi el VPN y la TIR generando una mayor rentabilidad del negocio si este suceso ocurre.



TABLA 6.54 Flujo de caja positivo variando las ventas

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas	2283	2283	2283	2283	2283	2283	2283	2283	2283	2283	2283	2283
Medias	2200	2200	2200	2200	2200	2200	2200	2200	2200	2200	2200	2200
Bajas	2129	2129	2129	2129	2129	2129	2129	2129	2129	2129	2129	2129
Consolidado	2204	2204	2204	2204	2204	2204	2204	2204	2204	2204	2204	2204

CONCEPTOS	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 56.427.333	\$ 56.427.333	\$ 56.427.333	\$ 56.427.333	\$ 56.427.333	\$ 56.427.333	\$ 56.427.333	\$ 56.427.333	\$ 56.427.333	\$ 56.427.333	\$ 56.427.333	\$ 56.427.333
- Costos variables		\$ 25.550.758	\$ 25.550.758	\$ 25.550.758	\$ 25.550.758	\$ 25.550.758	\$ 25.550.758	\$ 25.550.758	\$ 25.550.758	\$ 25.550.758	\$ 25.550.758	\$ 25.550.758	\$ 25.550.758
- Costos fijos	\$ 0	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988
Costos fijos de Producción		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costos fijos de Administración		\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 1.600.000	\$ 1.585.971	\$ 1.571.662	\$ 1.557.066	\$ 1.542.179	\$ 1.526.994	\$ 1.511.505	\$ 1.495.706	\$ 1.479.592	\$ 1.463.155	\$ 1.446.389	\$ 1.429.288
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 4.826.183	\$ 4.840.211	\$ 4.854.521	\$ 4.869.116	\$ 4.884.004	\$ 4.899.189	\$ 4.914.678	\$ 4.930.476	\$ 4.946.591	\$ 4.963.028	\$ 4.979.794	\$ 4.996.894
- Impuestos	\$ 0	\$ 1.206.546	\$ 1.210.053	\$ 1.213.630	\$ 1.217.279	\$ 1.221.001	\$ 1.224.797	\$ 1.228.669	\$ 1.232.619	\$ 1.236.648	\$ 1.240.757	\$ 1.244.948	\$ 1.249.224
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 3.619.637	\$ 3.630.159	\$ 3.640.891	\$ 3.651.837	\$ 3.663.003	\$ 3.674.392	\$ 3.686.008	\$ 3.697.857	\$ 3.709.943	\$ 3.722.271	\$ 3.734.845	\$ 3.747.671
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 80.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 108.604.449
Préstamos	\$ 80.000.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 60.635.740
Valor de Salvamento													\$ 47.968.708
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 121.329.293	\$ 701.437	\$ 715.466	\$ 729.775	\$ 744.371	\$ 759.258	\$ 774.443	\$ 789.932	\$ 805.731	\$ 821.846	\$ 838.282	\$ 855.048	\$ 872.149
Activos Fijos	\$ 19.698.206												
Pago Credito (Capital)		\$ 701.437	\$ 715.466	\$ 729.775	\$ 744.371	\$ 759.258	\$ 774.443	\$ 789.932	\$ 805.731	\$ 821.846	\$ 838.282	\$ 855.048	\$ 872.149
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 40.995.347												
Capital de Trabajo	\$ 60.635.740												
FLUJO DE CAJA	-\$ 41.329.293	\$ 3.978.603	\$ 3.975.096	\$ 3.971.519	\$ 3.967.870	\$ 3.964.148	\$ 3.960.352	\$ 3.956.480	\$ 3.952.530	\$ 3.948.501	\$ 3.944.392	\$ 3.940.201	\$ 112.540.374

Cambio Porcentual en las Ventas	10,00%
Tasa de Retorno	2,21%
Valor Presente Neto	83.549.568
Tasa Interna de Retorno	15,15%

[Volver al Menú Inicial](#)

Fuente: Creación Propia



Variación positiva en los costos variables

Al reducir los costos variables se aumenta la utilidad por la venta de cada uno de los productos, este suceso apalancará el aumento del VPN y la TIR real del proyecto; lo que hará esta inversión mucho más atractiva para el inversionista. ya que podrá recuperar su inversión más rápidamente y saldar deudas pendientes lo que ayudaría a mediano plazo un mayor flujo de efectivo que se podrá poner a disposición para generar nuevas compras que impulsen el crecimiento de la franquicia.



TABLA 6.55 Flujo de caja positivo variando los costos variables

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575
- Costos variables		\$ 21.369.725	\$ 21.369.725	\$ 21.369.725	\$ 21.369.725	\$ 21.369.725	\$ 21.369.725	\$ 21.369.725	\$ 21.369.725	\$ 21.369.725	\$ 21.369.725	\$ 21.369.725	\$ 21.369.725
- Costos fijos	\$ 0	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988
Costos fijos de Producción		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costos fijos de Administración		\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 1.600.000	\$ 1.585.971	\$ 1.571.662	\$ 1.557.066	\$ 1.542.179	\$ 1.526.994	\$ 1.511.505	\$ 1.495.706	\$ 1.479.592	\$ 1.463.155	\$ 1.446.389	\$ 1.429.288
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 3.877.458	\$ 3.891.487	\$ 3.905.796	\$ 3.920.392	\$ 3.935.279	\$ 3.950.464	\$ 3.965.953	\$ 3.981.752	\$ 3.997.867	\$ 4.014.303	\$ 4.031.069	\$ 4.048.170
- Impuestos	\$ 0	\$ 969.365	\$ 972.872	\$ 976.449	\$ 980.098	\$ 983.820	\$ 987.616	\$ 991.488	\$ 995.438	\$ 999.467	\$ 1.003.576	\$ 1.007.767	\$ 1.012.043
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 2.908.094	\$ 2.918.615	\$ 2.929.347	\$ 2.940.294	\$ 2.951.459	\$ 2.962.848	\$ 2.974.465	\$ 2.986.314	\$ 2.998.400	\$ 3.010.728	\$ 3.023.302	\$ 3.036.128
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 80.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 104.423.416
Prestamos	\$ 80.000.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 56.454.707
Valor de Salvamento													\$ 47.968.708
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 117.148.260	\$ 701.437	\$ 715.466	\$ 729.775	\$ 744.371	\$ 759.258	\$ 774.443	\$ 789.932	\$ 805.731	\$ 821.846	\$ 838.282	\$ 855.048	\$ 872.149
Activos Fijos	\$ 19.698.206												
Pago Credito (Capital)		\$ 701.437	\$ 715.466	\$ 729.775	\$ 744.371	\$ 759.258	\$ 774.443	\$ 789.932	\$ 805.731	\$ 821.846	\$ 838.282	\$ 855.048	\$ 872.149
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 40.995.347												
Capital de Trabajo	\$ 56.454.707												
FLUJO DE CAJA	-\$ 37.148.260	\$ 3.267.060	\$ 3.263.553	\$ 3.259.976	\$ 3.256.327	\$ 3.252.605	\$ 3.248.809	\$ 3.244.936	\$ 3.240.987	\$ 3.236.958	\$ 3.232.849	\$ 3.228.657	\$ 107.647.798

Cambio Porcentual Costos Variables	-8,00%
Tasa de Retorno	2,21%
Valor Presente Neto	77.085.579
Tasa Interna de Retorno	15,00%

[Volver al Menú Inicial](#)

Fuente: Creación Propia



Variacion positiva en los Costos Fijos

Al haber una reducción de los costos fijos en los cuales incurre la franquicia se generara una mayor utilidad mensual del proyecto debido a que habrá una mayor brecha entre ingresos y costos. El proyecto en este escenario tendrá un incremento de VPN y TIR lo que lo hará un proyecto mas atractivo para los inversionistas que opten invertir en esta. El proyecto tendra un mayor flujo de caja el cual, podrá utilizarse para hacer reinversiones, mas compra de producto a comercializar, un mayor capital de trabajo, y a futuro con un flujo de caja mayor y creciente podrá expandirse hacia otros sitios de la ciudad y el resto del pais.



TABLA 6.56 Flujo de caja positivo variando los costos fijos

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575
- Costos variables		\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962
- Costos fijos	\$ 0	\$ 21.518.789	\$ 21.518.789	\$ 21.518.789	\$ 21.518.789	\$ 21.518.789	\$ 21.518.789	\$ 21.518.789	\$ 21.518.789	\$ 21.518.789	\$ 21.518.789	\$ 21.518.789	\$ 21.518.789
Costos fijos de Producción		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costos fijos de Administración		\$ 13.164.606	\$ 13.164.606	\$ 13.164.606	\$ 13.164.606	\$ 13.164.606	\$ 13.164.606	\$ 13.164.606	\$ 13.164.606	\$ 13.164.606	\$ 13.164.606	\$ 13.164.606	\$ 13.164.606
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 8.354.183	\$ 8.354.183	\$ 8.354.183	\$ 8.354.183	\$ 8.354.183	\$ 8.354.183	\$ 8.354.183	\$ 8.354.183	\$ 8.354.183	\$ 8.354.183	\$ 8.354.183	\$ 8.354.183
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404
- Intereses Credito		\$ 1.600.000	\$ 1.585.971	\$ 1.571.662	\$ 1.557.066	\$ 1.542.179	\$ 1.526.994	\$ 1.511.505	\$ 1.495.706	\$ 1.479.592	\$ 1.463.155	\$ 1.446.389	\$ 1.429.288
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 3.890.420	\$ 3.904.449	\$ 3.918.758	\$ 3.933.354	\$ 3.948.241	\$ 3.963.427	\$ 3.978.915	\$ 3.994.714	\$ 4.010.829	\$ 4.027.266	\$ 4.044.031	\$ 4.061.132
- Impuestos	\$ 0	\$ 972.605	\$ 976.112	\$ 979.690	\$ 983.338	\$ 987.060	\$ 990.857	\$ 994.729	\$ 998.679	\$ 1.002.707	\$ 1.006.816	\$ 1.011.008	\$ 1.015.283
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 2.917.815	\$ 2.928.337	\$ 2.939.069	\$ 2.950.015	\$ 2.961.181	\$ 2.972.570	\$ 2.984.187	\$ 2.996.036	\$ 3.008.122	\$ 3.020.449	\$ 3.033.023	\$ 3.045.849
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 80.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 103.474.854
Préstamos	\$ 80.000.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 55.506.146
Valor de Salvamento													\$ 47.968.708
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 116.199.699	\$ 701.437	\$ 715.466	\$ 729.775	\$ 744.371	\$ 759.258	\$ 774.443	\$ 789.932	\$ 805.731	\$ 821.846	\$ 838.282	\$ 855.048	\$ 872.149
Activos Fijos	\$ 19.698.206												
Pago Credito (Capital)		\$ 701.437	\$ 715.466	\$ 729.775	\$ 744.371	\$ 759.258	\$ 774.443	\$ 789.932	\$ 805.731	\$ 821.846	\$ 838.282	\$ 855.048	\$ 872.149
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 40.995.347												
Capital de Trabajo	\$ 55.506.146												
FLUJO DE CAJA	-\$ 36.199.699	\$ 3.276.782	\$ 3.273.275	\$ 3.269.697	\$ 3.266.048	\$ 3.262.327	\$ 3.258.530	\$ 3.254.658	\$ 3.250.708	\$ 3.246.680	\$ 3.242.570	\$ 3.238.379	\$ 106.708.958

Cambio Porcentual Costos Fijos	-8,00%
Tasa de Retorno	2,21%
Valor Presente Neto	77.405.936
Tasa Interna de Retorno	15,30%

[Volver al Menú Inicial](#)

Fuente: Creación Propia



Variación positiva en la Tasa de rentabilidad esperada.

En la siguiente tabla podemos concluir que la tasa real esperada por los inversionistas la cual es del 30% anual (2.21% mensual) se puede cambiar a una tasa mínima esperada de 19.56% anual (1.50% mensual), esta tasa sería mucho más beneficiosa para el inversionista ya que el VPN y la TIR sería mayor y generaría mayores flujos de dinero los cuales se reutilizarían en el pago de deudas, inversiones para aumentar las ventas, activos fijos y otras inversiones que impulsen a mediano y largo plazo una mayor rentabilidad de su inversión.



TABLA 6.57 Flujo de caja positivo variando la tasa de retorno

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas	2075	2075	2075	2075	2075	2075	2075	2075	2075	2075	2075	2075
Medias	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000
Bajas	1935	1935	1935	1935	1935	1935	1935	1935	1935	1935	1935	1935
Consolidado	2003	2003	2003	2003	2003	2003	2003	2003	2003	2003	2003	2003

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575	\$ 51.297.575
- Costos variables		\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962	\$ 23.227.962
- Costos fijos		\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988	\$ 23.389.988
Costos fijos de Producción		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costos fijos de Administración		\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354	\$ 14.309.354
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634	\$ 9.080.634
- No Desembolsables		\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404
- Intereses Credito		\$ 1.600.000	\$ 1.585.971	\$ 1.571.662	\$ 1.557.066	\$ 1.542.179	\$ 1.526.994	\$ 1.511.505	\$ 1.495.706	\$ 1.479.592	\$ 1.463.155	\$ 1.446.389	\$ 1.429.288
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 2.019.221	\$ 2.033.250	\$ 2.047.559	\$ 2.062.155	\$ 2.077.042	\$ 2.092.227	\$ 2.107.716	\$ 2.123.515	\$ 2.139.630	\$ 2.156.067	\$ 2.172.832	\$ 2.189.933
- Impuestos	\$ 0	\$ 504.805	\$ 508.313	\$ 511.890	\$ 515.539	\$ 519.261	\$ 523.057	\$ 526.929	\$ 530.879	\$ 534.907	\$ 539.017	\$ 543.208	\$ 547.483
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 1.514.416	\$ 1.524.938	\$ 1.535.670	\$ 1.546.616	\$ 1.557.782	\$ 1.569.171	\$ 1.580.787	\$ 1.592.636	\$ 1.604.722	\$ 1.617.050	\$ 1.629.624	\$ 1.642.450
+ Ajuste por No Desembolsables		\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404	\$ 1.060.404
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 80.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 106.281.653
Prestamos	\$ 80.000.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 58.312.944
Valor de Salvamento													\$ 47.968.708
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 119.006.497	\$ 701.437	\$ 715.466	\$ 729.775	\$ 744.371	\$ 759.258	\$ 774.443	\$ 789.932	\$ 805.731	\$ 821.846	\$ 838.282	\$ 855.048	\$ 872.149
Activos Fijos	\$ 19.698.206												
Pago Credito (Capital)		\$ 701.437	\$ 715.466	\$ 729.775	\$ 744.371	\$ 759.258	\$ 774.443	\$ 789.932	\$ 805.731	\$ 821.846	\$ 838.282	\$ 855.048	\$ 872.149
Costos PREOPERATIVOS	\$ 40.995.347												
Capital de Trabajo	\$ 58.312.944												
FLUJO DE CAJA	-\$ 39.006.497	\$ 1.873.382	\$ 1.869.875	\$ 1.866.298	\$ 1.862.649	\$ 1.858.927	\$ 1.855.131	\$ 1.851.259	\$ 1.847.309	\$ 1.843.280	\$ 1.839.171	\$ 1.834.980	\$ 1.08.112.357

Tasa Interna de Retorno	1,50%
Valor Presente Neto	70.102.485
Tasa Interna de Retorno	11,94%

[Volver al Menu Principal](#)

Fuente: Creación Propia



6.5.4.3 Estado de Perdida y Ganancias Proyectado

Al observar la siguiente tabla en donde se describe el estado resultados de perdidas y ganancias de los primeros 5 años de la franquicia Beer Shooter, tenemos que cada uno de los conceptos en cada año se comporta de manera creciente debido al crecimiento anual de la franquicia y al aumento de las ventas y el nicho de mercado en estos 5 años; frente a la TIR y el VPN esperado por los inversionistas podemos decir con certeza que el proyecto de la franquicia Beer Shooter promete grandes ganancias y viabilidad financiera a sus inversionistas ya que sus ingresos sobrepasan a los egresos considerablemente en cada año.

TABLA 6.58 Estado de perdidas y ganancias proyectado a 5 años

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 615.570.902	\$ 710.984.392	\$ 821.186.973	\$ 948.470.953	\$ 1.095.483.951
- Costos variables		\$ 278.735.541	\$ 287.097.607	\$ 295.710.535	\$ 304.581.851	\$ 313.719.307
- Costos fijos		\$ 280.679.861	\$ 289.100.256	\$ 297.773.264	\$ 306.706.462	\$ 315.907.656
Costos fijos de Producción		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costos fijos de Administración		\$ 171.712.253	\$ 176.863.620	\$ 182.169.529	\$ 187.634.615	\$ 193.263.653
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 108.967.608	\$ 112.236.636	\$ 115.603.735	\$ 119.071.847	\$ 122.644.003
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 10.430.395	\$ 10.430.395	\$ 10.430.395	\$ 10.430.395	\$ 10.430.395
- Intereses Credito		\$ 18.209.508	\$ 15.685.959	\$ 12.485.488	\$ 8.426.518	\$ 3.278.763
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 27.515.598	\$ 108.670.175	\$ 204.787.290	\$ 318.325.727	\$ 452.147.831
- Impuestos	\$ 0	\$ 6.878.900	\$ 27.167.544	\$ 51.196.823	\$ 79.581.432	\$ 113.036.958
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 20.636.699	\$ 81.502.631	\$ 153.590.468	\$ 238.744.295	\$ 339.110.873

Fuente: Creación Propia

6.5.4.4 Flujo de Caja Proyectado



Como se puede observar en la siguiente tabla que demuestra el flujo de caja proyectado para 5 años de la franquicia Beer Shooter cada año aumenta de forma progresiva gracias al aumento del consumo de la cerveza artesanal y reconocimiento de esta lo que aumentara nuestros consumidores y su vez la venta de nuestros productos. Generando una mayor rentabilidad a lo largo del tiempo y crecimiento del patrimonio de la franquicia y sus socios.

TABLA 6.59 Flujo de caja proyectado a 5 años

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 10.430.395	\$ 10.430.395	\$ 10.430.395	\$ 10.430.395	\$ 10.430.395
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 80.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 61.702.802
Prestamos	\$ 80.000.000					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 65.631.733
Valor de Salvamento						-\$ 3.928.931
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 119.006.497	\$ 11.157.128	\$ 13.733.158	\$ 16.987.685	\$ 21.102.333	\$ 24.338.484
Activos Fijos	\$ 19.698.206					
Pago Credito (Capital)		\$ 9.407.740	\$ 11.931.288	\$ 15.131.759	\$ 19.190.729	\$ 24.338.484
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 40.995.347					
Capital de Trabajo	\$ 58.312.944	\$ 1.749.388	\$ 1.801.870	\$ 1.855.926	\$ 1.911.604	
FLUJO DE CAJA	-\$ 39.006.497	\$ 19.909.966	\$ 78.199.867	\$ 147.033.177	\$ 228.072.357	\$ 386.905.585

Fuente: Creación Propia



6.6 Evaluación Financiera

6.6.1 VPN y TIR.

En la siguiente tabla se puede ver el comportamiento creciente al cierre del año 5 del VPN y la TIR de la franquicia Beer Shooter, se puede ver claramente en la tabla que el proyecto ofrece una TIR muy elevada respecto a lo que los inversionistas espera, esto se traduce en un gran proyecto de inversion ya que este sector en la economia esta en auge y su crecimiento es prometedor como lo hemos nombrado anteriormente.

TABLA 6.60 TIR y VPN de la franquicia Beer Shooter

Tasa Interna de Retorno	30,00%
Valor Presente Neto	273.564.830
Tasa Interna de Retorno	151,65%

Fuente: Creación Propia

6.6.2 Payback descontado

Se puede visualizar en la siguiente tabla que la inversion del proyecto se podra recuperar en 1 año y 111 dias; Con una tasa de descuento del 30%. Esto quiere decir que despues de la culminacion del pago de esta deuda nuestro flujo de caja va aumentar y con este se generaran nuevas inversiones con el fin de posicionar, crecer, mantener la vida de la franquicia y generar mayores rentabilidades para sus inversionista.



TABLA 6.61 Payback descontado de la franquicia Beer Shooter

Periodos	Flujo de caja	Valor presente	Flujo de caja acumulado
0	-\$39,006,497	-\$39,006,497.31	-\$39,006,497.31
1	\$19,909,966	\$15,315,358.46	-\$23,691,138.85
2	\$ 78,199,867	\$46,272,110.94	\$22,580,972.10
3	\$ 147,033,177	\$66,924,523.20	\$89,505,495.30
4	\$ 228,072,357	\$79,854,471.92	\$169,359,967.22
5	\$ 386,905,585	\$104,204,923.18	\$273,564,890.39

Factor de descuento	30%
Capital recuperado en (Días)	476

Fuente: Creación Propia



CONCLUSIONES

Primordialmente para poder emprender una buena idea de negocio se debe contar con un producto innovador que llame la atención del consumidor y genere o expanda un nicho de mercado. Dentro de este se busca siempre aprovechar al máximo las ventajas competitivas con las que cuenta cada compañía, para así acaparar una mayor cantidad de clientes que le permitan generar buenas rentabilidades y aseguren la supervivencia de esta en el mercado.

Dentro de este proyecto se pudo identificar los altos precios de impuestos a los que están sometidas las bebidas alcohólicas que quieren ingresar al territorio nacional, aunque estos impuestos son elevados, el negocio sigue siendo medianamente rentable teniendo en cuenta los productores nacionales de estas bebidas los cuales cuentan con unos precios relativamente bajos y con poca variedad de estas en el mercado, teniendo en cuenta estas falencias se decide importar nuevas bebidas que busquen generar un mayor impacto al consumidor y un aumento del consumo de estas aunque su precio sea mucho más elevado que las bebidas alcohólicas nacionales.

Aunque el consumo de cerveza artesanal en Colombia es bajo ya que la mayoría de su población ingiere cerveza de tipo tradicional, es posible con una buena estrategia de mercadeo, fuerza de ventas y un excelente producto se pueda lograr llamar la atención de estos consumidores con el fin de fidelizarlos a nuestra cerveza y lograr con esto generar un mayor volumen de ventas y crecimiento.

La cerveza artesanal y su industria han venido creciendo en el mercado local, razón por la cual se decidió incursionar en este nuevo mercado mediante la implantación de una franquicia dedicada a la venta de cerveza artesanal llamada Beer Shooter ya que con los diferentes tipos de análisis administrativos, financieros, mercadeo y organizacionales se pudo concluir que un proyecto como este se adaptaría exitosamente al mercado y generaría los resultados esperados por sus inversionistas.

BIBLIOGRAFIA



- Bavaria, (n.d.). Historia de la cerveza .obtenida el 15 de febrero del 2015, de la página Web: **www.bavaria.co**
- European food information council, eufic. (n.d.). La cerveza: una larga historia. Obtenida el 15 de febrero del 2015 de la página web: **www.eufic.org**
- Mprende, (09/08/2014). *10 pasos para crear una empresa en Colombia. Obtenida el 13 de febrero del 2015, de la página web:www.mprende.co*
- Pro chile, (04/2011). Estudio de mercado cerveza en Colombia. Obtenida el 13 de febrero del 2015 de la página web: **www.prochile.gob.cl**
- Artículo elaborado por Perez, D. V., (15/06/2013). Mercado de la cerveza artesanal en colombia crece 40% anual.Obtenida el 13 de febrero del 2015 de la página web: **www.larepublica.co**
- Artículo elaborado por el diario el espectador, (31/07/2013). Colombia entre los que más tiene accidentes por ebrios. Obtenida el 16 de febrero del 2015 de la página web: **www.lespectador.com**
- Asobancaria, (2013). Contrabando y lavado de activos. Obtenido el 17 de febrero del 2015 de la página web: **www.asobancaria.com**
- Urna de cristal, (17/09/2014). Asi se mantiene el crecimiento economico en colombia. Obtenido el 17 de febrero del 2015 de la página web:**www.urnadecristal.gov.co**
- Indexmundi, (n.d.). Tipo de cambio del peso colombiano al dólar americano. Optenido el 17 de febrero del 2015 de la página web: **www.indexmundi.com**
- Blue radio, (02/05/2014). El negocio de la cerveza artesanal crece como espuma en colombia. Obtenido el 14 de febrero del 2015 de la página web: **www.bluradio.com**



- Periodico el pais, (17/10/2013). Según estudio, colombia no es un pais de borrachos si no de malos tomadores de alcohol. Obtenido el 18 de febrero del 2015 de la página web: **www.elpais.com.co**
- Wikipedia, (n.d.). Colombia. Obtenida el 18 de febrero del 2015 de la página web: **es.wikipedia.org**
- Cámara de Medellín, (05/07/2013). Antioquia crece pese a un semestre difícil. Obtenido el 20 de febrero del 2015 de la página web: **www.camaramedellin.com.co**
- Daza. P, A., y Jaramillo. M, E., (14/10/2014). Medellín, en los primeros lugares en consumo de alcohol. Obtenido el 21 de febrero del 2015 de la página web: **delaurbe.udea.edu.co**
- Cerveceo,(n.d).10 beneficios de la cerveza. Obtenido de el 20 de febrero del 2015 de la pagina web: **www.cerveceo.com**
- Alcaldía de Medellín, (.n.d). Medellin y su poblacion. Obtenido el 21 de febrero del 2015 de la pagina web: **www.medellin.gov.co**
- Periódico el tiempo, (28/09/2013). La movida de la cerveza artesanal en Colombia. Obtenida el 22 de febrero del 2015 de la página web: **www.eltiempo.com**
- Wikipedia. (n.d.). Colombia. Obtenida el 21 de febrero del 2015 de la página web: **es.wikipedia.org**
- Caceres.c, m,n,. y Bastidas., e,a,. (27/05/2013). Informe de invetigacion de cerveza bavaria. Obtenida el 22 de febrero del 2015 de la pagina web: **es.slideshare.net**
- Adecco empleo.(29/02/2015). Vendedor externo. Obtenida el 23 de febrero del 2015 de la pagina web: **colombia.adeccoempleo.com**



- Maridaje. (n.d). Feria maridaje 2015 Festival de amigos y sabores. Obtenida el 27 de febrero del 2015 de la página web: **www.maridaje.com.co**
- Hernández, r, g, a,. Y Loaiza, s, I,. (n.d). TLC Estados Unidos – Colombia: Oportunidades de negocio en el sector cervecero colombiano. Obtenida el 27 de febrero del 2015 de la página de la web: **repository.urosario.edu.co**
- Alcaldía de Medellín. (n.d). Medellín y su población. Obtenida el 28 de febrero del 2014 de la página web: **www.medellin.gov.co**
- Gerencie. (n.d). Registro mercantil. Obtenida el 2 de abril del 2015 de la página web: **www.gerencie.com**
- Invima. (n.d). Trámites y servicios. Obtenida el 3 de abril del 2015 de la página web: **www.invima.gov.co**
- Sayco & Acinpro. (n.d). Reglamento de tarifas. Obtenido el 3 de abril del 2015 de la página web: **www.saycoacinpro.org.co**
- Grupo Bancolombia. (n.d). Crédito para capital de trabajo. Obtenido el 13 de abril del 2015 de la página web: **www.grupobancolombia.com**
- Súper Intendencia de sociedades. (n.d). Asuntos económicos y contables SIREM. Obtenido el 18 de abril del 2015 de la página web: **www.supersociedades.gov.co**
- DIAN. (n.d). Preguntas sobre el CREE. Obtenido el 18 de abril del 2015 de la página web: **www.dian.gov.co**
- Indicadores económicos. (n.d). Tasas del tesoro de E.U.A. Obtenido el 19 de abril Del 2015 de la página web: **indicadoreseconomicos.bccr.fi**



APENDICES

Apéndice 1 Cotización número a-00241



Beer Shooter

Cotización
A-00241

Dirección: C/balmes # 448 - local 3. 08022- Barcelona



Tenemos cervezas 100% artesanales llenas de autenticidad y pasión.

Teléfono: 93 212 21 64 - 91 005 22 64

NIT	Cliente	Contacto	Fecha	Ciudad
900.000.000-1	Inversiones JVJ S.A.S	Valentín Garcés Castañeda	05/10/2014	Medellín
Teléfono	Dirección	Email	Descuento (%)	T. Pago
315626592	Cra 73c # 74 – 247	inversionesjvj@gmail.com		Contado

Ítem	Código	Descripción	Cantidad	Unidad	Vr. Unitario	Vr Total
1	cv1	WESTMALLE DUBBEL	30	Unidad	€ 3,18	€ 95,40
2	cv2	Weihenstephan Vitus	30	Unidad	€ 2,13	€ 63,90
3	cv3	WEIHENSTEPHAN PILSNER	30	Unidad	€ 4,00	€ 120,00
4	cv4	WEIHENSTEPHAN KORBINIAN	30	Unidad	€ 2,41	€ 72,30
5	cv5	Weihenstephan Hefe Weiss	30	Unidad	€ 2,11	€ 63,30
6	cv6	WEIHENSTENPHAN HEFEWEISS DUNKEL	30	Unidad	€ 2,11	€ 63,30
7	cv7	VIVEN SMOKE PORTER	30	Unidad	€ 3,39	€ 101,70
8	cv8	Viven Imperial IPA	30	Unidad	€ 2,90	€ 87,00
9	cv9	VIVEN BRUIN	30	Unidad	€ 2,75	€ 82,50
10	cv10	VIVEN BLOND	30	Unidad	€ 2,75	€ 82,50
11	cv11	VIVEN ALE	30	Unidad	€ 2,75	€ 82,50
12	cv12	VICARIS GENERAAL	30	Unidad	€ 2,40	€ 72,00
13	cv13	Trooper	30	Unidad	€ 1,99	€ 59,70
14	cv14	Tripel Karmeliet	30	Unidad	€ 2,65	€ 79,50
15	cv15	Trappistes Rochefort 8	30	Unidad	€ 2,59	€ 77,70
16	cv16	Steenuilke	30	Unidad	€ 2,90	€ 87,00
17	cv17	St. Bernardus Tripel	30	Unidad	€ 2,42	€ 72,60
18	cv18	St. Bernardus Prior	30	Unidad	€ 4,50	€ 135,00
19	cv19	ST. BERNARDUS PATER	30	Unidad	€ 1,66	€ 49,80
20	cv20	St. Bernardus Abt	30	Unidad	€ 4,00	€ 120,00
21	cv21	SIERRA NEVADA TORPEDO IPA	30	Unidad	€ 2,85	€ 85,50
22	cv22	Sierra Nevada Pale Ale	30	Unidad	€ 2,80	€ 84,00
23	cv23	SHEPHERD NEAME SPITFIRE	30	Unidad	€ 1,24	€ 37,20
24	cv24	Shepherd Neame Bishops Finger	30	Unidad	€ 1,24	€ 37,20
25	cv25	SCHNITZER BRÄU	30	Unidad	€ 4,79	€ 143,70
Dentro de los precios de la cotización se encuentran los impuestos del valor agregado 21% y el descuento acordado con el cliente del 10%; esta cotización tendrá vigencia de 30 días a partir de la fecha, los términos de negociación que se acordaron para esta son exw.					Gran Total	€ 2.055,30
					Descuento	€ -
					Subtotal	€ 2.055,30
					Valor total	€ 2.055,30

Apéndice 2 Cotización número a-00242



Beer Shooter

Cotización
A-00242

Dirección: C/balmes # 448 - local 3. 08022- Barcelona
Tenemos cervezas 100% artesanales llenas de autenticidad y pasión.



Teléfono: 93 212 21 64 - 91 005 22 64

NIT	Cliente	Contacto	Fecha	Ciudad
900.000.000-1	Inversiones JVJ S.A.S	Valentín Garcés Castañeda	05/10/2014	Medellín
Teléfono	Dirección	Email	Descuento (%)	T. Pago
315626592	Cra 73c # 74 – 247	inversionesjvj@gmail.com		Contado

Ítem	Código	Descripción	Cantidad	Unidad	Vr. Unitario	Vr Total
1	cv26	Scotch Silly	30	Unidad	2,1	€ 63,00
2	cv27	Satan Red	30	Unidad	€ 2,52	€ 75,60
3	cv28	SAMUEL SMITH TADDY PORTER	30	Unidad	€ 2,70	€ 81,00
4	cv29	SAMUEL SMITH'S IMPERIAL STOUT	30	Unidad	€ 2,70	€ 81,00
5	cv30	Samuel Adams Boston Lager	30	Unidad	€ 2,90	€ 87,00
6	cv31	Samichlaus	30	Unidad	€ 2,98	€ 89,40
7	cv32	Rodenbach Grand Cru	30	Unidad	€ 2,90	€ 87,00
8	cv33	ROCHEFORT 8	30	Unidad	€ 3,88	€ 116,40
9	cv34	ROCHEFORT 6	30	Unidad	€ 2,39	€ 71,70
10	cv35	ROCHEFORT 10	30	Unidad	€ 2,39	€ 71,70
11	cv36	Porterhouse Wrasslers	30	Unidad	€ 4,38	€ 131,40
12	cv37	Porterhouse Oyster Stout	30	Unidad	€ 3,50	€ 105,00
13	cv38	PIRAAT 75CL	30	Unidad	€ 4,66	€ 139,80
14	cv39	Piraat	30	Unidad	€ 2,27	€ 68,10
15	cv40	Palm	30	Unidad	€ 1,70	€ 51,00
16	cv41	ORVAL	30	Unidad	€ 2,30	€ 69,00
17	cv42	Omer Traditional Blond	30	Unidad	€ 1,99	€ 59,70
18	cv43	O'HARA'S STOUT	30	Unidad	€ 2,90	€ 87,00
19	cv44	O'HARA'S RED	30	Unidad	€ 2,90	€ 87,00
20	cv45	Lucifer	30	Unidad	€ 2,85	€ 85,50
21	cv46	LINDEMANS PECHE	30	Unidad	€ 1,90	€ 57,00
22	cv47	Lindemans Kriek	30	Unidad	€ 1,37	€ 41,10
23	cv48	Lindemans Geuze	30	Unidad	€ 1,37	€ 41,10
24	cv49	Lindemans Framboise	30	Unidad	€ 1,43	€ 42,90
25	cv50	LA CHOUFFE	30	Unidad	€ 3,05	€ 91,50
Dentro de los precios de la cotización se encuentran los impuestos del valor agregado 21% y el descuento acordado con el cliente del 10%; esta cotización tendrá vigencia de 30 días a partir de la fecha, los términos de negociación que se acordaron para esta son exw.					Gran Total	€ 1.980,90
					Descuento	€ -
					Subtotal	€ 1.980,90
					Valor total	€ 1.980,90



Beer Shooter

Cotización
A-0024

Dirección: C/balmes # 448 - local 3. 08022- Barcelona



Tenemos cervezas 100% artesanales llenas de autenticidad y pasión.

Teléfono: 93 212 21 64 - 91 005 22 64

NIT	Cliente	Contacto	Fecha	Ciudad
900.000.000-1	Inversiones JVJ S.A.S	Valentín Garcés Castañeda	05/10/2014	Medellín
Teléfono	Dirección	Email	Descuento (%)	T. Pago
315626592	Cra 73c # 74 – 247	inversionesjvj@gmail.com		Contado

Ítem	Código	Descripción	Cantidad	Unidad	Vr. Unitario	Vr Total
1	cv51	LA CORNE TRIPLE	30	Unidad	€ 2,50	€ 75,
2	cv52	la corne blond	30	Unidad	€ 2,78	€ 83,
3	cv53	LA BELGA	30	Unidad	€ 3,75	€ 112,
4	cv54	KWAK	30	Unidad	€ 1,67	€ 50,
5	cv55	achel blond	30	Unidad	€ 2,75	€ 82,
6	cv56	aktien annon 25	30	Unidad	€ 2,00	€ 60,
7	cv57	aktien hell	30	Unidad	€ 2,00	€ 60,
8	cv58	baladin Isaac	30	Unidad	€ 2,98	€ 89,
9	cv59	baladin open rock & roll	30	Unidad	€ 3,00	€ 90,
10	cv60	baladin super bitter	30	Unidad	€ 3,00	€ 90,
11	cv61	Barbar	30	Unidad	€ 1,80	€ 54,
12	cv62	belli bock	30	Unidad	€ 1,60	€ 48,
13	cv63	brewdog 5 AM	30	Unidad	€ 2,00	€ 60,
14	cv64	brewdog dean pony club	30	Unidad	€ 2,05	€ 61,
15	cv65	brewdog hard core	30	Unidad	€ 2,95	€ 88,
16	cv66	brewdog jack hammer	30	Unidad	€ 2,85	€ 85,
17	cv67	brewdog libertine black ale	30	Unidad	€ 2,95	€ 88,
18	cv68	drewdog punk ipa	30	Unidad	€ 1,90	€ 57,
19	cv69	BREW DOG PUNK IPA LATA	30	Unidad	€ 2,40	€ 72,
20	cv70	BREW DOG PUNK IPA 66CL	30	Unidad	€ 4,35	€ 130,
21	cv71	BROOKLYN BLACK CHOCOLATE STOUT	30	Unidad	€ 2,50	€ 75,
22	cv72	BROWKLYN BROWN ALE	30	Unidad	€ 2,80	€ 84,
23	cv73	BROOKLYN EAST IPA	30	Unidad	€ 2,50	€ 75,
24	cv74	Brooklyn Lager	30	Unidad	€ 2,75	€ 82,
25	cv75	buffalo bitter	30	Unidad	€ 2,44	€ 73,
Dentro de los precios de la cotización se encuentran los impuestos del valor agregado 21% y el descuento acordado con el cliente del 10%; esta cotización tendrá vigencia de 30 días a partir de la fecha, los términos de negociación que se acordaron para esta son exw.					Gran Total	€ 1.928,
					Descuento	€
					Subtotal	€ 1.928,
					Valor total	€ 1.928,

Apéndice 3 Cotización número a-00243

Apéndice 4 Cotización número a-00244



Beer Shooter

Cotización
A-00244



de la empresa

Dirección: C/balmes # 448 - local 3. 08022- Barcelona

Tenemos cervezas 100% artesanales llenas de autenticidad y pasión.

Teléfono: 93 212 21 64 - 91 005 22 64

NIT	Cliente	Contacto	Fecha	Ciudad
900.000.000-1	Inversiones JVJ S.A.S	Valentín Garcés Castañeda	05/10/2014	Medellín
Teléfono	Dirección	Email	Descuento (%)	T. Pago
315626592	Cra 73c # 74 – 247	inversionesjvj@gmail.com		Contado

Ítem	Código	Descripción	Cantidad	Unidad	Vr. Unitario	Vr Total	
1	cv76	cv76	Bush Ambrée	30	Unidad	€ 3,12	€ 93,60
2	cv77	cv77	BUSH BLONDE	30	Unidad	€ 3,09	€ 92,70
3	cv78	cv78	bush peche mel	30	Unidad	€ 2,30	€ 69,00
4	cv79	cv79	Cannabis	30	Unidad	€ 2,00	€ 60,00
5	cv80	cv80	cuvee des trolls	30	Unidad	€ 1,43	€ 42,90
6	cv81	cv81	chimay azul	30	Unidad	€ 2,23	€ 66,90
7	cv82	cv82	chimay doree	30	Unidad	€ 1,95	€ 58,50
8	cv83	cv83	chimay roja	30	Unidad	€ 2,15	€ 64,50
9	cv84	cv84	chimay triple	30	Unidad	€ 2,15	€ 64,50
10	cv85	cv85	delirium nocturnum	30	Unidad	€ 2,09	€ 62,70
11	cv86	cv86	delirium tremens	30	Unidad	€ 2,95	€ 88,50
12	cv87	cv87	duchesse de bourgonge	30	Unidad	€ 2,40	€ 72,00
13	cv88	cv88	Duvel	30	Unidad	€ 1,75	€ 52,50
14	cv89	cv89	gouden corolous classic	30	Unidad	€ 2,03	€ 60,90
15	cv90	cv90	gulden draak	30	Unidad	€ 2,50	€ 75,00
16	cv91	cv91	gulden draak 9000	30	Unidad	€ 2,36	€ 70,80
17	cv92	cv92	harviestoon bitter & twisted	30	Unidad	€ 2,90	€ 87,00
18	cv93	cv93	harviestoon old engine oil	30	Unidad	€ 3,00	€ 90,00
19	cv94	cv94	Hommelbier	30	Unidad	€ 1,83	€ 54,90
20	cv95	cv95	Hopus	30	Unidad	€ 3,50	€ 105,00
21	cv96	cv96	kapittel pater	30	Unidad	€ 2,60	€ 78,00
22	cv97	cv97	kasteelbier bruin	30	Unidad	€ 3,50	€ 105,00
23	cv98	cv98	kasteelbier tripel	30	Unidad	€ 3,50	€ 105,00
24	cv99	cv99	kiss detroyer	30	Unidad	€ 3,08	€ 92,40
25	cv100	cv100	krombacher sin alcohol	30	Unidad	€ 1,02	€ 30,60
Dentro de los precios de la cotización se encuentran los impuestos del valor agregado 21% y el descuento acordado con el cliente del 10%; esta cotización tendrá vigencia de 30 días a partir de la fecha, los términos de negociación que se acordaron para esta son exw.					Gran Total	€ 1.842,90	
					Descuento	€ -	
					Subtotal	€ 1.842,90	
					Valor total	€ 1.842,90	



Apéndice 5 Cotización de Importación Barcelona – Medellín.

FOB Barcelona (España) - Cartagena - Medellín

Flete internacional..... EUR 50 T/M3 Min EUR 90

Seguro internacional..... 0.45 % del FOB Min 100 USD

Costos en destino

Desconsolidación.....USD 18 T/M3 Min USD 60

Uso de instalaciones.....USD 6 T/M3 Min USD 60

Flete al cobro.....USD 40 x embarque

Documentación.....USD 60 x embarque

CAF.....USD 35 x embarque

Forwarding Fee.....USD 10 T/M3 Min USD 60

Transporte terrestre Ctg - Medellín..... USD 688 (servicio expreso)

Seguro.....USD 50

Costos portuarios.....USD 300

Bodegajes.....Al costo (2 semanas) aproximadamente USD 150)



Agenciamiento aduanero..... USD 450

Impuestos..... Al costo

Otros costos

Inscripción ante rentas Bolívar.....USD 150

Inscripción ante rentas Antioquia.....USD 150

Tornaguías.....USD 40

% tributos	Descripción	Norma	Fecha inicial	Fecha final
16%	<p>El Impuesto sobre las ventas a la cerveza es 16% el cual se liquida y paga con la declaración de importación.</p> <p>La base gravable para liquidar el IVA de las cervezas es el valor en aduana de la mercancía, incluyendo los gravámenes arancelarios, adicionado con un margen de comercialización equivalente al 30%.</p>			

% tributos	Descripción	Norma	Fecha inicial	Fecha final
48%	<p>La base gravable para el impuesto al consumo de los productos extranjeros es el valor en aduana de la mercancía, incluyendo los gravámenes arancelarios, adicionado con un margen de comercialización equivalente al 30%.</p> <p>El impuesto al consumo se liquida y paga en el momento de la importación.</p> <p>En ningún caso el impuesto pagado por los productos extranjeros será inferior al promedio del impuesto que se cause por el consumo de cervezas, sifones, refajos y mezclas de bebidas fermentadas con bebidas no alcohólicas, según el caso, producidos en Colombia, de conformidad con la Certificación 4 de 2014 de la Dirección General de Apoyo Fiscal del Ministerio de Hacienda y Crédito Público vigente para el primer semestre de 2015 según la cual el promedio ponderado para las cervezas es, trescientos diecinueve pesos con veintinueve centavos (\$ 319,29), por unidad de 300 centímetros cúbicos; y, para los sifones, doscientos noventa y seis pesos con setenta y ocho centavos (\$ 296,78), por unidad de 300 centímetros cúbicos.</p>			



Arancel de acuerdo al TLC con la Unión Europea para la PA: 2203.00.00.00

Vigentes

País	% tributos	Descripción	Norma	Fecha Inicial	Fecha Final
Alemania	0%		DECRETO NÚMERO 2247 DE 2014, MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO; CIRCULAR NÚMERO 22 DE 2013, DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES	01/08/2013	
Austria	0%		DECRETO NÚMERO 2247 DE 2014, MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO; CIRCULAR NÚMERO 22 DE 2013, DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES	01/08/2013	
Bélgica	0%		DECRETO NÚMERO 2247 DE 2014, MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO; CIRCULAR NÚMERO 22 DE 2013, DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES	01/08/2013	
Bulgaria	0%		DECRETO NÚMERO 2247 DE 2014, MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO; CIRCULAR NÚMERO 22 DE 2013, DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES	01/08/2013	
Chipre	0%		DECRETO NÚMERO 2247 DE 2014, MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO; CIRCULAR NÚMERO 22 DE 2013, DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES	01/08/2013	
Dinamarca	0%		DECRETO NÚMERO 2247 DE 2014, MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO; CIRCULAR NÚMERO 22 DE 2013, DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES	01/08/2013	
Eslovaquia	0%		DECRETO NÚMERO 2247 DE 2014, MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO; CIRCULAR NÚMERO 22 DE 2013, DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES	01/08/2013	

Eslovenia	0%		DECRETO NÚMERO 2247 DE 2014, MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO; CIRCULAR NÚMERO 22 DE 2013, DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES	01/08/2013	
España	0%		DECRETO NÚMERO 2247 DE 2014, MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO; CIRCULAR NÚMERO 22 DE 2013, DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES	01/08/2013	
Estonia	0%		DECRETO NÚMERO 2247 DE 2014, MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO; CIRCULAR NÚMERO 22 DE 2013, DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES	01/08/2013	



Requisitos a considerar

Vigentes				
Requisito	Observaciones	Norma	Fecha Inicial	Fecha Final
Autorización sanitaria de importación de muestra sin valor comercial para productos terminados de higiene doméstica, productos absorbentes de higiene personal, cosméticos, bebidas alcohólicas y alimentos	<p>Requiere la obtención ante Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima, de la autorización sanitaria de importación de muestras sin valor comercial para productos terminados de higiene doméstica, productos absorbentes de higiene personal, cosméticos, bebidas alcohólicas y alimentos, que no cuenten con Registro Sanitario o Notificación Sanitaria Obligatoria.</p> <p>Se entenderán por muestras sin valor comercial los productos terminados de higiene doméstica, los absorbentes de higiene personal, cosméticos, alimentos y bebidas alcohólicas, cuyo empleo o propósito como muestra implique su destrucción por degustación, ensayos físico químicos, análisis microbiológicos o estudios técnicos y de mercado, siempre que se presenten en condiciones y cantidad, peso, volumen u otras formas que demuestren inequívocamente su condición de muestras sin valor comercial, que no serán utilizadas para fines comerciales y que tales productos no cuenten con Registro Sanitario o Notificación Sanitaria Obligatoria, según sea el caso.</p> <p>Las muestras sin valor comercial de los productos deberán contener en su rótulo, empaque o etiqueta, la leyenda: "muestra sin valor comercial, prohibida su venta".</p>	RESOLUCIÓN NÚMERO 3772 DE 2013, MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL; RESOLUCIÓN NÚMERO 2013034419 DE 3913, INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS	26/09/2013	
Otras acciones de control aduanero en zona primaria que deben cumplirse para la importación de licores, vinos, aperitivos y similares	<p>Para el ejercicio del control aduanero en zona primaria, y para efectos de obtener el levante de las mercancías, los funcionarios de comercio exterior, deberán verificar y realizar entre otros lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verificar el cumplimiento de los requisitos para la importación de licores, vinos, aperitivos y similares, en lo que tiene que ver a restricciones y condiciones especiales, tales como: declaraciones anticipadas, restricciones del lugar de ingreso o preferencias arancelarias, registros sanitarios, vistos buenos, normas de rotulado y etiquetado. • Verificar que el importador, se encuentre autorizado por la subdirección de gestión de registro aduanero como importador de bebidas alcohólicas. • Informar a las áreas de fiscalización aduanera y policía fiscal y aduanera, los tránsitos aduaneros de licores que se autoricen. • En la zona de régimen aduanero especial de Maicao, Uribia y Manaure, verificar los cupos para importación de licores establecidos por la Resolución 3417 de marzo 17 de 2011 o la que estuviera vigente. • Verificar el pago del impuesto al consumo. • Verificar las tornaguías respectivas que den cuenta del destino de dichas mercancías. 	CIRCULAR NÚMERO 32 DE 2011, DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES	08/07/2011	



la importación e introducción de bebidas alcohólicas desde San Andrés al resto del territorio nacional	alcohólicas del puerto libre de San Andrés, Providencia y Santa Catalina al resto del territorio nacional. La inspección, vigilancia y control sanitario de las bebidas alcohólicas que se importen del puerto libre de San Andrés, Providencia y Santa Catalina y se introduzcan al resto del territorio nacional, le corresponde al Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima, y a las secretarías de salud en su respectiva jurisdicción.	DE 2007, MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL ARTÍCULOS 3º y 5º		
Requisitos sanitarios para la importación y venta de bebidas alcohólicas en San Andrés, Providencia y Santa Catalina	Requiere cumplimiento de medidas sanitarias para la importación y venta de bebidas alcohólicas en el puerto libre de San Andrés, Providencia y Santa Catalina. La inspección, vigilancia y control sanitario de las bebidas alcohólicas que se importen para su venta en el puerto libre de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, le corresponde a la Secretaría de Salud del departamento archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.	DECRETO NÚMERO 3515 DE 2007, MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL ARTÍCULOS 2º y 5º	14/09/2007	
Sistema Único Nacional de Información y Rastreo (Sunir)	<p>El Sistema Único Nacional de Información y Rastreo (Sunir) será administrado por la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), con el objetivo de obtener y centralizar la información sobre la importación, producción, distribución, consumo y exportación de los bienes sujetos al impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos y similares; de cerveza, sifones, refajos y mezclas; de cigarrillos y tabaco elaborado, y las participaciones económicas del monopolio de licores destilados y alcoholes, así como disponer de los instrumentos técnicos y tecnológicos que permitan el control eficiente y la trazabilidad de la circulación de los anteriores productos sujetos al impuesto al consumo y las participaciones económicas del monopolio de licores destilados y alcoholes.</p> <p>La integración que son las actividades administrativas, técnicas y operativas que deben realizar los sujetos obligados a integrarse al Sunir para suministrar información de los procesos de producción, importación, marcación, conteo, bodegaje, distribución, transporte y demás que se requieran para el adecuado funcionamiento del Sunir. Esta Integración se hará mediante la comunicación directa y automática de los diferentes sistemas de información de los sujetos obligados que contengan la información enunciada y el Sunir.</p> <p>Los requisitos y especificaciones técnicas de la integración serán definidos por la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) mediante resoluciones de carácter general.</p> <p>Están obligados a integrarse al Sistema Único Nacional de Información y Rastreo (Sunir), la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), los sujetos pasivos responsables del impuesto al consumo, la Federación Nacional de Departamentos, los departamentos y el Distrito Capital.</p>	DECRETO NÚMERO 602 DE 2013, MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO	16/04/2013	



Vigencia Futura				
Requisito	Observaciones	Norma	Fecha Inicial	Fecha Final
Productos preempacados	<p>Los empacadores, productores, importadores o quien ponga su marca o enseña en productos preempacados, son los responsables por el cumplimiento de los requisitos metrológicos establecidos para dichos productos y, por tanto, deberán garantizar la correspondencia entre la cantidad o el contenido enunciado y la cantidad o el contenido neto del producto, hasta el momento de su comercialización a los destinatarios finales. Quedan, por tanto, prohibidas las expresiones de "peso aproximado" o "llenado aproximado", entre otras, que no den certeza sobre la cantidad o contenido de un producto.</p> <p>Frente al consumidor serán responsables solidariamente los empacadores, productores, importadores o comercializadores que hayan participado en la cadena de producción y puesta en circulación de un producto preempacado, cuando este no cumpla con los requisitos metrológicos establecidos en los reglamentos técnicos correspondientes.</p> <p>La Superintendencia de Industria y Comercio expedirá los reglamentos técnicos metrológicos que deberán cumplir los productos preempacados y los procedimientos aplicables para su control. Igualmente, y sin perjuicio de las demás obligaciones de etiquetado que deban cumplir los productos, la Superintendencia de Industria y Comercio expedirá, el reglamento técnico de etiquetado metrológico, el cual deberá contener, el nombre o razón social del productor o importador, su identificación y su dirección física y electrónica de notificación judicial. En caso de que el empacador sea una persona diferente a quien le impone su marca o enseña comercial o quien lo importe, también deberá traer los datos correspondientes de aquel.</p> <p>Los productos cuyos precios estén relacionados con la cantidad o el contenido de los mismos y sean preempacados antes de su comercialización, deberán indicar de forma clara, precisa, indeleble y visible a simple vista, en unidades, múltiplos y submúltiplos del sistema internacional de unidades, su cantidad o contenido neto.</p> <p>En caso de que el producto, por sus características físicas, pueda sufrir mermas en su longitud, masa, peso o volumen en el proceso de comercialización, el responsable deberá tener en cuenta dicha merma, para informar un contenido neto ajustado a la realidad, sin que el consumidor deba soportar la carga de la merma del producto.</p> <p>El contenido neto de un producto no incluye el empaque del mismo ni elementos diferentes al producto mismo.</p> <p>Un producto preempacado no debe tener fondo, paredes, tapa o cubierta falsos, ni ser construido de esa manera, total o parcialmente, que pueda inducir a error a los consumidores.</p>	<p>DECRETO NÚMERO 1471 DE 2014, MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO ARTÍCULO 99 Y SS.</p>	05/08/2015	

Vigencia: Marzo 31 de 2015

Tiempo de tránsito: 16 días

Frecuencia semanal

Servicio directo



Notas: * Tener en cuenta que esto es netamente informativo y en ningún momento se puede considerar como una propuesta formal.

* En caso de que tenga alguna inquietud no dude en decirme, con gusto le puedo ayudar.

Quedo atento, feliz tarde.

SALUDOS / BEST REGARDS

EXLEIDER OSPINA VASCO

ASESOR DE CUENTA

GRUPO MALCO

Teléfono Directo: (574) 352 13 13 Ext. 167

Calle 8B N° 65-191 Ed. Puerto Seco Oficina 511. Medellín

<http://www.grupomalco.com/>