

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 1 de 8

21.1

FECHA	martes, 6 de junio de 2023
--------------	----------------------------

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
 BIBLIOTECA
 Ciudad

UNIDAD REGIONAL	Sede Fusagasugá
TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo De Grado
FACULTAD	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
PROGRAMA ACADÉMICO	Administración de Empresas

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
Daza Mora	Carol Natalia	1007184310
Molina Chinchilla	Guísela	1069758852

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
Ochoa Martínez	Héctor Adolfo

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 2 de 8

TÍTULO DEL DOCUMENTO

Estudio de factibilidad para la creación de un gastrobar de comida y bebidas artesanales santandereanas en el municipio de Fusagasugá

SUBTÍTULO

(Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

EXCLUSIVO PARA PUBLICACIÓN DESDE LA DIRECCIÓN INVESTIGACIÓN

INDICADORES	NÚMERO
ISBN	
ISSN	
ISMN	

AÑO DE EDICIÓN DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÁGINAS
28/02/2023	80

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)

ESPAÑOL	INGLÉS
1. Creación	Creation
2. Gastrobar	Gastrobar
3. Comercial	Commercial
4. Factibilidad	Feasibility
5. Financiero	Financial
6. Mercado	Market

FUENTES (Todas las fuentes de su trabajo, en orden alfabético)

- Alicante, N El blog de Nic [blog] Los secretos apasionantes del mundo de la coctelería (sin fecha) [consultado el 30 de marzo del 2023] disponible en <https://nicalicante.com/2017/03/25/historia-del-whisky/>
- ASOBARES. (2017). Asociación de bares de Colombia. Recuperado de <https://asobares.org/nosotros/>
- BECERRIL Reza, F. Ciencia metodología e investigación: Métodos de investigación. 1ra ed. México, D.F: Pearson Educación, 1997. P 93-100 Tomado de: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=m6PGnYBaW2oC&oi=fnd&pg=PA19&dq=metodologia+de+investigacion&ots=Qf2fqItvHr&sig=iSnBPGsdwcD0L8-vxmUQtHmGsp8#v=onepage&q=metodologia%20de%20investigacion&f=faIse>

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 3 de 8

- Cámara de Comercio de Bogotá. Versión digital disponible <http://www.ccb.org.co>.
- Cámara de comercio de Bogotá. Guía 1 RM. constitución de una sociedad por acciones simplificada (sas). Bogotá Colombia, despoblé file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/guia_nro1_Constitucionsociedadporaccionessimplificada(SAS).pdf
- Cámara de Comercio de Bogotá. Versión digital disponible <http://www.ccb.org.co>. (septiembre de 2022)
- FOOD NEWS LATAM . Bebidas latam (03-diciembre- 2018) Noticias de bebidas para América latina <https://www.bebidaslatam.com/>
- Gomez, D. (3 de noviembre del 2020) El cura que inventó la primera gaseosa. <https://www.larazon.es/ciencia/20200814/33gazvew55c57kvkbnhsrpyd4y.ht ml>
- Hernández, R., Fernández, C., & Lucio, M. Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill, 2006
- Juarez, C (7 de mayo del 2023) Mixología molecular: ciencia al servicio de las bebidas <https://thefoodtech.com/tendencias-de-consumo/mixologiamolecular-ciencia-al-servicio-de-las-bebidas/>
- República de Colombia. Congreso de la República. Ley 1258 de 2008. “Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada”. Versión digital disponible en: <http://www.supersociedades.gov.co/Web/Leyes/LEY%201258%20DE%20008%20SAS1.htm>.
- S.A. (27 de noviembre del 2017) LOS ORÍGENES DEL CÓCTEL: CÓMO SE ACUÑÓ EL TÉRMINO <https://es.brockmansqin.com/blog/los-origenes-delcoctel/>

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS
(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

Resumen

El presente estudio de factibilidad muestra los diferentes aspectos necesarios para la creación de un establecimiento comercial con un enfoque en un gastrobar, para el alcance del éxito de este se realizan diferentes estudios como los son: el estudios de mercado, donde se mencionan los análisis de la demanda la oferta, el producto, competencia a través de diferentes herramientas que ayudaron a la realización de los pronósticos presentados; además de ello, se encuentra el estudio técnico donde se empiezan a formar los valores que conformaran la inversión que se requiere para su función, cabe mencionar este trabajo de grado hace el planteamiento de la estructura administrativa que este establecimiento comercial tendrá a partir del 2024 y los pertinentes pronósticos de ventas mensuales, costos de producción y la implementación necesaria para este gastrobar. La investigación para la factibilidad del gastrobar propuesto muestra los análisis y los pronósticos del estudio financiero como los es la inversión de activos y de capital de trabajo demás de usar diferentes herramientas que demuestran los ingresos gastos, costos la proyección de los flujos de caja mensuales y anuales hasta el año 2028. Todos los aspectos mencionados anteriormente y que conforman este estudio ayudaron a los autores para la realización de y verificación de factibilidad del gastrobar.

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 4 de 8

Summary

The present feasibility study shows the different aspects necessary for the creation of a commercial establishment with a focus on a gastrobar, for the scope of the success of this different studies are carried out, such as: market studies, where the analysis of the demand, the offer, the product, competition through different tools that helped to carry out the forecasts presented; In addition to this, there is the technical study where the values that will make up the investment required for its function begin to be formed. It is worth mentioning that this degree work outlines the administrative structure that this commercial establishment will have from 2024 and the relevant monthly sales forecasts, production costs and the necessary implementation for this gastrobar. The investigation for the feasibility of the proposed gastrobar shows the analyzes and forecasts of the financial study such as the investment of assets and working capital, in addition to using different tools that demonstrate the income, expenses, costs, the projection of monthly cash flows and annually until the year 2028.

All the aspects mentioned above and that make up this study helped the authors to carry out and verify the feasibility of the gastrobar.

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son: Marque con una "X":

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	x	
2. La comunicación pública, masiva por cualquier procedimiento o medio físico, electrónico y digital.	x	

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 5 de 8

3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	x	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional.	x	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, *“Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores”*, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 6 de 8

está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado.

SI ___ NO x .

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos) en carta adjunta, expedida por la entidad respectiva, la cual informa sobre tal situación, lo anterior con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales.

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca

Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414

www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co

NIT: 890.680.062-2

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 7 de 8

Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el “Manual del Repositorio Institucional AAAM003”

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



Nota:

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. Nombre completo del proyecto.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. Estudio de factibilidad para la creación de un gastrobar de	Texto

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 8 de 8

comidas y bebidas artesanales santandereanas en el municipio de Fusagasugá Stand GC	
2.	
3.	
4.	

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafo)
Daza Mora Carol Natalia	<i>Carol Natalia Daza Mora</i>
Guísela Molina Chinchilla	<i>Guísela Molina Chinchilla</i>

21.1-51-20.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN GASTRO-BAR DE COMIDA
Y BEBIDAS ARTESANALES SANTANDEREANAS EN EL MUNICIPIO DE
FUSAGASUGÁ

-Stand GC

Presentado por:

DAZA MORA CAROL NATALIA

MOLINA CHINCHILLA GUISELA

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
FUSAGASUGÁ – COLOMBIA

- FEBRERO DE 2023

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN GASTRO-BAR DE COMIDA
Y BEBIDAS ARTESANALES SANTANDEREANAS EN EL MUNICIPIO DE
FUSAGASUGÁ

- Stand GC -

Presentado por:

DAZA MORA CAROL NATALIA - 110219123

MOLINA CHINCHILLA GUISELA - 110219186

Tutor:

HECTOR ADOLFO OCHOA MARTÍNEZ

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
FUSAGASUGÁ – COLOMBIA

– FEBRERO DE 2023

Notas de los jurados.

Firma del jurado 1

Firma del jurado 2

Firma del coordinador

CONTENIDO

TÍTULO	10
INTRODUCCIÓN	11
1. IDEA DE NEGOCIO	12
1.1. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA IDEA DE INVESTIGACIÓN	12
1.2. MARCO TEORICO.....	12
1.2.1. Estudio de factibilidad	14
1.2.2. Antecedentes de los cocteles.....	14
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	17
1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	17
1.5. JUSTIFICACIÓN.....	18
1.6. OBJETIVOS.....	19
1.6.1. Objetivo general.....	19
1.6.2. Objetivos específicos	19
2. ESTUDIO DE MERCADO	20
2.1. ENTORNO	20
2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	21
2.2.1. Metodología de la investigación.....	21
2.2.3. Fuentes de recolección de datos	22
2.2.3. Técnicas de muestreo y definición de la población objetivo.....	23
2.2.4. Perfil del consumidor.	24
2.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	30
2.3.1. Competencia directa	30
2.3.2. Competencia indirecta- productos sustitutos	31
2.4. EL PRODUCTO	32
2.4.1. Descripción del producto.....	32
2.4.2. Patrón de tendencia del tiempo	36
2.4.3. Presentación del producto	37
2.5. Análisis de precios.....	40
2.5.1. Precios de la competencia	40
2.6. Canales de distribución	40
2.7. Pronóstico de ventas.....	41
3. ESTUDIO TÉCNICO	42

3.1. Tamaño del proyecto	42
3.2 Localización	44
3.3. Ingeniería del proyecto	45
3.3.1 Procesos y diagrama de procesos.....	45
3.3.2 Inversión en activos fijos o equipos.....	48
3.3.3 Inversión en adecuaciones	51
3.3.4. Distribución de la planta	52
3.3.5 Identificación costos de producción de los cócteles	54
3.3.6. Costo de producción de los pasabocas.....	54
3.3.6 Identificación gastos mensuales en la planta de producción	55
4. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y ORGANIZACIONAL.....	56
4.1. Plataforma estratégica	56
4.1.1. Misión	56
4.1.2. Visión.....	56
4.1.3. Valores corporativos	56
4.2. Estructura organizacional del gastro bar	57
4.2.1. Descripción de cargos funciones y perfiles	57
4.3. Inversiones y gastos.....	57
4.3.1. Gastos salariales	57
4.3.2. Otros gastos administrativos y de ventas.....	58
4.3.3. inversión en activos fijo para oficina.....	59
4.3.4. adecuaciones para oficina	59
5. ESTUDIO LEGAL.....	60
5.1. Tipo de sociedad en que se constituirá la empresa.....	60
5.2. Aspectos legales en la constitución de la empresa.....	60
5.3. Aspectos legales propios de la idea de negocio trámites y licencias de Stand GC.	62
5.4. Responsabilidades tributarias.....	63
5.5. Costos relacionados con la constitución de la empresa.....	64
6. ESTUDIO FINANCIERO.....	65
6.1. Presupuesto de inversión	65
6.1.2. Inversión en intangibles.....	65
6.1.3. Inversión en Capital de trabajo.....	66
6.2. Presupuesto de ingresos.....	66

6.3. Presupuesto de costos y gastos	67
6.5. Punto de equilibrio	67
6.4. Flujo de caja	68
6.4.2. Flujo de caja proyectado anual	68
6.5. Evaluación financiera	69
6.6. Análisis de riesgos.....	70
7. evaluación ambiental, económica y social	72
CONCLUSIONES.....	73
ANEXOS.....	75
Encuesta Stand GC	75
EVIDENCIA DE REALIZACIÓN DE ENCUESTAS.....	78
BIBLIOGRAFÍA.....	79

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 1 Cálculo de muestra	24
Tabla 2 Matriz del perfil competitivo	31
Tabla 3 Patrón de tendencia del tiempo.....	36
Tabla 4 Precios de la competencia.....	40
Tabla 5 Pronostico de ventas	41
Tabla 6 Localización.....	44
Tabla 7 Diagrama de procesos	45
Tabla 8 Activos fijos.....	48
Tabla 9 Adecuación del establecimiento	49
Tabla 10 Adecuación del establecimiento	50
Tabla 11 Activos fijos de oficina	51
Tabla 12 costos de producción de los cócteles	54
Tabla 13 Costo de producción de alimentos.....	55
Tabla 14 gastos mensuales en la planta de producción.....	55
Tabla 15 Gastos salariales	58
Tabla 16 Gastos fijos	58
Tabla 17 Inversión de intangibles.....	58
Tabla 18 Inversión en activos fijo para oficina	59
Tabla 19 Adecuación de oficina	59
Tabla 20 Gastos legales de la creación del gastro bar	64
Tabla 21 Activos fijos.....	65
Tabla 22 Inversión en intangibles.....	66
Tabla 23 Presupuesto de ingresos	66
Tabla 24 Presupuesto de costos gastos	67
Tabla 25 Gastos fijos	67
Tabla 26 Punto de equilibrio	68
Tabla 27 Flujo de caja proyectado anual.....	69
Tabla 28 Evaluación financiera.....	70
Tabla 29 Análisis de riesgos.....	71
Tabla 30 Evaluación ambiental, económica y social	72

CONTENIDO DE GRAFICAS

Gráfico 1 género.....	25
Gráfico 2 Disponibilidad para visitar el establecimiento comercial.....	25
Gráfico 3 ¿Con qué frecuencia usa los servicios de restaurante?.....	26
Gráfico 4 ¿Ha probado algún cóctel frutal de origen artesanal?	26
Gráfico 5 ¿Suele beber un cóctel o una bebida después de almorzar o cenar en un restaurante? .	27
Gráfico 6 ¿Qué sabores le gustaría probar en los cocteles artesanales?.....	27
Gráfico 7 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un cóctel frutal artesanal?.....	28
Gráfico 8 ¿Ha probado la gastronomía Santandereana?	29
Gráfico 9 ¿Dónde cree usted que es adecuado el funcionamiento del Gastro-bar Stand GC?	29
Gráfico 10 ¿Cuál es el medio de pago que más usa?	30
Gráfico 11 Matriz perfil competitivo.....	32
Gráfico 12 Patrón de tendencia del tiempo	36
Gráfico 13 pronóstico de ventas	41
Gráfico 14 Punto de equilibrio	68

CONTENIDO DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 elaboración propia	29
Ilustración 2 Logo Stand GC	33
Ilustración 3 Bebidas disponibles	34
Ilustración 4 Pasabocas gastro bar.....	35
Ilustración 5 Cocteles del gastro bar GC	38
Ilustración 6 Pasabocas del gastro bar GC	39
Ilustración 7 Diagrama de procesos del almacén	46
Ilustración 8 Departamento de producción	46
Ilustración 9 Departamento de ventas.....	47
Ilustración 10 vista planta 1 Stand GC.....	52
Ilustración 11 vista planta 1 Stand GC.....	52
Ilustración 12 vista planta 2 Stand GC.....	53
Ilustración 13 vista planta 2 Stand GC.....	53
Ilustración 14 -Evidencias de realización de encuestas	78

TÍTULO

Investigación para la creación y factibilidad de un emprendimiento (gastro - bar) que se dedicara a la comercialización de comida típica y bebidas artesanales del Norte de Santander “Stand GC”

Objeto del proyecto

Realizar diferentes estudios por medio de la aplicación de metodologías cuantitativas y cualitativas con el fin de conocer la factibilidad de un establecimiento comercial enfocado en bebidas artesanales y comidas Santandereanas en el Municipio de Fusagasugá.

Entorno de la investigación

Para la realización de esta investigación, se tomará como área el entorno de los gastrobares y bares ya existentes en el municipio de Fusagasugá, la población de género masculino y femenino mayores de edad 18 años en adelante. En segundo grado para realizar la investigación se tendrá en cuenta todo el territorio colombiano, con la finalidad de tomar como referencia las estadísticas provistas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas DANE y cifras otorgadas por la Asociación de Bares de Colombia ASOBARES.

INTRODUCCIÓN

Stand GC, más que una idea de un gastro bar de bebidas naturales artesanales; es una idea emprendedora que generara gran interés en los habitantes de Fusagasugá, por su ubicación y buen servicio al cliente y más que esto brindar un valor diferente e innovador ya que mostrará lo grande e interesante que es el territorio colombiano en su parte cultural, exactamente enfocado en norte de Santander que allí por ser una zona con tanta cultura y personas con costumbres distintas, mostraran un poco más de su gastronomía en la parte de bebidas y sus distinto manejo del arte. Por lo tanto, este establecimiento estará enfocado en mostrar los distintos sabores artesanales y naturales que allí frecuentan degustar los habitantes nativos.

1. IDEA DE NEGOCIO

1.1. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA IDEA DE INVESTIGACIÓN

Es una investigación para encontrar la factibilidad con el fin de la creación de un gastro bar donde se venda principalmente cócteles artesanales frutales, acompañados de pasa bocas enfocados en la comida típica del norte de Santander como Ocaña, Cúcuta, etc. Además, de la exposición de la cultura de este departamento dentro del establecimiento, esto se hará a partir de pinturas, grafitis y exposiciones culturales.

Los cócteles en el gastro bar stand GC, serán elaborados principalmente con una bebida tradicional de Ocaña, Norte de Santander creada con fruta, a base de anís, que se servirá de manera creativa con una combinación de frutas. En el norte de Santander, principalmente en Ocaña, se comercializa esta bebida, con una gran aceptación por parte de los consumidores. Además de tener diferentes factores que los hacen únicos, como lo es el factor artesanal.

1.2. MARCO TEORICO

“La teoría fayolista es recordada por su enfoque sistémico e integral en el que se abarcan distintos puntos de las empresas, ya que para Fayol era sumamente importante vender a la par de producir, también era importante el método de financiación para asegurar los bienes de la empresa. Puede decirse que la organización era comprendida de una manera más integral puesto que el sistema era dependiente de los que lo integraban.

Una diferencia a resaltar entre la teoría de Taylor y la de Henry Fayol, es el uso del tiempo, puesto que Fayol se enfoca más en la estructura general de la organización, mientras que Taylor se enfocaba más en el método y herramientas del trabajo para una mejor eficacia.

Para Fayol, el factor humano era a tomar en consideración, pues el obrero al igual que el gerente eran seres con importancia y era necesario tomarlos en consideración para crear sinergia, una unidad, algo así como un mismo espíritu de equipo.

La teoría clásica de la administración fue producto de la necesidad de crear una doctrina científica de la administración con el fin de estructurar un conocimiento, una ciencia sólida para ser enseñada más tarde en todos los niveles de la educación. Se necesitaban jefes en las empresas, pero jefes que realmente asimilaran las responsabilidades de un grupo de trabajadores, jefes que supieran dirigir al igual que planear sus actividades, jefes con un gran soporte de conocimientos tanto de su área como de la práctica administrativa y que a la vez contaran con juicios y conductas dignas de una autoridad.

La teoría clásica se centraba en definir la estructura para garantizar la eficiencia en todas las partes involucradas, sean éstas órganos (secciones, departamentos) o personas (ocupantes de cargos y ejecutantes de tareas). La tarea administrativa no debe ser una carga para las autoridades, sino más bien una responsabilidad compartida con los subordinados.

Fayol creó escenarios propicios para la eficiencia administrativa y, por ende, para la generación de utilidades para la empresa. Estos escenarios estuvieron respaldados por un instrumento de investigación y aplicación de la práctica administrativa llamado proceso administrativo (prever, organizar, dirigir, coordinar y controlar)."¹

¹ GESTIOPOLIS: Teoría de la administración y sus enfoques. [Sitio web]. [Consultado: 03 de octubre 2021]. Disponible en: <https://www.gestiopolis.com/teorias-de-la-administracion/>

1.2.1. Estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad es un análisis que se realiza para evaluar la viabilidad y la rentabilidad de un proyecto o una idea antes de llevarlo a cabo. El objetivo principal de este estudio es determinar si la idea de negocio es viable desde diferentes puntos, como la técnica, la financiera, la administrativa y la legal.

Finalmente, el estudio de factibilidad, obtiene una evaluación que permite tomar decisiones fundamentadas sobre la viabilidad del proyecto. Si el estudio indica que el proyecto es viable en términos técnicos, financieros, administrativa y legales, se puede proceder a la implementación. Sin embargo, si se identifican obstáculos significativos o riesgos que superan los beneficios, es posible que se recomiende no continuar con el proyecto o realizar modificaciones para mejorar su viabilidad.²

1.2.2. Antecedentes de los cocteles.

La historia de los cócteles es un factor importante para la investigación presente, ya que se desconoce su procedencia exacta y no se puede probar de dónde surgió, pero en el último siglo se han encontrado y documentado algunos datos importantes para el conocimiento de sus orígenes.

El comienzo de los cócteles se da en una abadía o monasterio de monjes; pues gracias a ellos y a su idea para la creación de un tónico terapéutico (gin-tonic) con la mezcla de diferentes bebidas y medicinas dando como resultado lo que ahora se conoce como ginebra.

Además de lo anterior mencionado el nacimiento de estas bebidas se asocia con la orden benedictina del siglo XVI; pues surge la elaboración y la mezcla de licores de

² Velasteguí, L., Vanga, M., & Velasteguí, J. (2019). CONJUNTO HABITACIONAL DE INTERÉS SOCIAL PARA EL BARRIO SAN ANTONIO EN RIOBAMBA. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*, (7), 40-57.

hierbas con fines medicinales, dando como resultado lo que se conoce como la coctelería actual.³

En el año 1575 en Irlanda Bushnell se fundó la primera destilería en la historia; siendo actualmente la destilería más antigua en el mundo del whisky. Se cree que en esa época existió la fortaleza del vino, como sistema de conservación del transporte. así como con la llegada de los europeos a América quienes vendieron materias primas como la uva, el café o la caña de azúcar y por supuesto el sistema de creación y destilación de tequila, el pisco, la cachaca, el Rhum y demás bebidas creadas por el continente americano.⁴

Luego de estas fechas es cuando aparece la coctelería de los marineros, que fueron quienes empezaron a agregar zumo de limón al ron y a la ginebra con el fin de evitar enfermedades causadas por la falta de la vitamina C. También le añadieron otros productos que consideraban buenos para la salud como lo es la hierbabuena y azúcar o algunas otras frutas: gracias a los marineros de esta época nacieron unas bebidas parecidas a los Mojitos, Gilets o Groggs actuales.

En el año 1767 Joseph Priestley inventa la soda causando una revolución es el inicio de las bebidas gasificadas; después de esto surge una bebida que fue tratada como un elixir en 1792 compuesto principalmente de ajeno, anís, hinojo, entre otras infusiones, que es a lo que hoy se llama Absenta. El 13 de mayo del año 1806 cambia todo para el mundo de las bebidas artesanales y creaciones de los llamados elixir pues por primera vez se le da un nombre a esta labor, debido a que el periódico "The Balance and Columbina Repositorio" de New York lo bautiza como coctelera.⁵

Durante el transcurso de esta época en 1832 Aneas Coffey patentó la columna de destilación creada por Robert Stein; también empieza la comercialización de hielo

³ Lorca, M. El origen del gin-tonic: una excusa para luchar contra la malaria, (18 de julio 2020) *BBC News mundo*.

⁴ S.A. Los orígenes del cóctel: cómo se acuñó el término

⁵ Gomez, D. El cura que inventó la primera gaseosa.

a nivel industrial, primero tomado de forma natural hasta 1850 que se inventó una máquina de hielo en los EE UU por William Callen.⁶

En el siglo XXI tras la globalización y la estabilización de las ciencias nace la gastronomía molecular y los términos como micología, que en la rama de la coctelera se basa en la aplicación de nuevas metodologías creando nuevas recetas dando a sí la reforma de la coctelera. Actualmente la coctelera pasa por su mejor momento, pues se encuentran grandes bares por todo el mundo Milán, Singapur, Nueva York, Tokio, Mallorca quien siguen el ejemplo de Londres pues marca una gran diferencia con lo que respecta a la sensibilidad, conocimientos y arte enmarcando la historia anterior la idea de negocio nace a partir de experiencias personales y gustos distintos que se quieren compartir con las personas apasionadas a este mundo tan lleno de colores y sabores únicos y esto nos permite reconocer una de las necesidades del mercado Fusagasugueño; Además de esto se otorga la posibilidad de reunirse en un lugar diferente con temáticas completamente diferentes a las existentes y poder tomar una bebida artesanal libre de químicos contaminantes.⁷

Actualmente en Fusagasugá existe un negocio de cócteles, donde se ofrecen diferentes tipos de cócteles tradicionales. Está ubicado en el centro comercial la Querencia en donde su principal elemento es a base de licores con diferentes estilos y colores según los gustos de los clientes. Además de esto cuenta con una excelente ubicación llamando la atención de todos los que transcurren este sitio siendo así el más visitado por los ciudadanos mayores de edad en el municipio de Fusagasugá y su alrededor, Siendo así.

⁶ Alicante, N El blog de Nic [blog] Los secretos apasionantes del mundo de la coctelería (sin fecha) [consultado el 30 de marzo del 2023]

⁷ Juárez, C (7 de mayo del 2023) Mixología molecular: ciencia al servicio de las bebidas

1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el Municipio de Fusagasugá, no existe y no se encuentra registrado ningún gastro bar que brinde una experiencia distinta a lo cotidiano y genere interés más allá de probar los platos más representativos de la comida santandereana, pero no las recetas de platos, fiambres y bebidas cocteles artesanales, secretos que son legado de muchas generaciones familiares. De la misma forma evidenciamos la ausencia de un gastro bar en el Municipio de Fusagasugá de un lugar donde se pueda admirar y compartir no sólo las comidas y las bebidas artesanales, sino también conocer las expresiones culturales y el folclor de esta región de este país.

1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Con respecto a lo anterior, la pregunta que se plantea para el desarrollo de este proyecto es: ¿Es viable la creación de un gastro bar de comidas y cócteles artesanales en Fusagasugá?

1.5. JUSTIFICACIÓN

Después de realizar un análisis preliminar a las proyecciones que existen sobre los restaurantes, se identificó que pasada la pandemia del C-19 se produjeron cambios drásticos que permitieron que las organizaciones continuaran con sus actividades económicas; entre estas podemos encontrar los cambios que sufrieron los consumidores referente a sus preferencias y aprovechando la información⁸, El gastro bar stand GC, Quiere brindar espacios físicos y un espacio digital donde los consumidores tengan la oportunidad de disfrutar de contenido audiovisual, acompañados de un ambiente sostenible. Adicional a lo anterior stand GC desea ampliar los medios y formas de pago, por ese motivo se implementará el servicio de datafono y links de pagos, para que las personas puedan realizar sus pedidos y cancelarlos utilizando estos mecanismos; esto permitirá que el consumidor pueda cancelar sus consumos o compras con tarjeta de crédito, débito, Nequi, Daviplata, etc. Ya sea en las instalaciones del Restaurante gastrobar GC o desde la comodidad de su hogar. Finalmente, para mitigar el impacto negativo que genera un restaurante en el medio ambiente, El gastro bar utilizará una estructura sostenible adicional que maneje materiales biodegradables para los domicilios y su temática estará encaminada a la protección del medio ambiente, debido a que el icopor causa varios daños al planeta como, por ejemplo:

“Contamina los mares y causa la muerte de muchos animales que ingieren los restos. Además, afecta la salud de los humanos, ya que estamos en constante contacto con este químico, porque muchos de los alimentos que consumimos han sido empacados en envases de ese material.”⁹

⁸ Tendencias para el 2021 del sector restaurador. op. cit. p. <https://www.institucionalcolombia.com/informe-especial/tendencias-para-el-2021-del-sector-restaurador/>

⁹ Comfenalco Antioquia: Evita el uso del icopor. [Sitio web]. Fecha de publicación: 02 de junio de 2020. [Consultado: 10 de octubre de 2021]. Disponible en: https://www.comfenalcoantioquia.com.co/personas/noticias/evita-uso-icopor!/ut/p/z0/04_Sj9CPyky0xPLMnMz0vMAfjo8zi3T0NzQwNDYwC3E3dnA0CQ918Xf2dTNwNnA31C7ldFQcx2Jo/

1.6. OBJETIVOS

1.6.1. Objetivo general

Desarrollar una investigación para la creación y viabilidad de un emprendimiento (gastro - bar) que se dedicara a la comercialización de comida típica y bebidas artesanales del Norte de Santander “Stand GC”.

1.6.2. Objetivos específicos

- a. Diseñar un estudio de mercado que permita identificar la viabilidad del gastro bar Stand GC.
- b. Realizar el estudio técnico para el gastro bar Stand GC.
- c. Construir el estudio administrativo y de talento humano para la empresa.
- d. Identificar las licencias y permisos requeridos para la operación del gastro bar Stand GC en Fusagasugá
- e. Realizar el estudio financiero para el establecimiento comercial Stand GC.

2. ESTUDIO DE MERCADO

Se tendrá en cuenta para la realización del estudio de mercados el entorno local, y nacional los análisis de la demanda por medio de la elaboración de encuestas, entrevistas, y la observación del entorno y de sus posibles clientes; tomándolo desde otros términos se llevará un tipo de investigación mixta, que permitirá la obtención de información cuantitativa y cualitativa del entorno de este modelo de negocio.

2.1. ENTORNO

En esta parte del proyecto, se aborda la descripción del entorno de las cocteleras en Fusagasugá y Colombia, con esta finalidad se tomarán las de estadísticas provistas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas DANE y cifras otorgadas por la Asociación de Bares de Colombia ASOBARES.

- En Fusagasugá

Dentro del entorno del presente estudios de investigación para futura inversión se tendrá en cuenta la población del género masculino y femenino que sean mayores de edad 18 años en adelante del municipio de Fusagasugá ubicado en el departamento de Cundinamarca, que estén en busca de un local comercial donde puedan disfrutar de cócteles frutales, comida típica del norte Santander y de momentos agradables con su pareja, amigos o familia.

En la ciudad de Fusagasugá, se encuentran una gran cantidad de gastrobares que serían el producto sustituto de Stand G competencia, pero además se encuentran otros dos establecimientos cocteleras que son su competencia directa; por eso, dentro de este parte del estudio de factibilidad se podrá determinar y medir los diferentes factores o requerimientos del mercado con respecto al proyecto.

- En Colombia

A nivel nacional, el mercado de las cocteleras con un enfoque diferente y artesanal está más presente en el ámbito nacional. Pues en las cifras que presenta ASOBARES deja entender que Colombia es un país que tiene este mercado bien establecido.

Según esta asociación Colombia cuenta con más de 10.500 establecimientos legalmente constituidos de este tipo, sin embargo, de esta cifra el 1.500 tiene una temática diferente además de enfocarse en la venta de cócteles y comidas de diferentes tipos; con respecto a esta información es difícil saber si alguno de estos maneja bebidas artesanales, pues dentro de las cifras no se encuentra información pertinente al respecto.

2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

2.2.1. Metodología de la investigación

La metodología del presente estudio de factibilidad de “Stand GC” será de tipo cuantitativo y cualitativo, ya que por medio de estos se pretende encontrar información que ayude a la comprensión y descripción de las diferentes variables que fomente la realización exitosa del proyecto de inversión.

Con el método cuantitativo se podrá estudiar la asociación o relación entre variables numéricas, generales y objetivas de los resultados a través de una muestra para hacer énfasis a una población naciente de una muestra previamente establecida.¹⁰

Con el método cualitativo se estudiará contextos estructurales y situacionales, además de identificar el sistema de relaciones y su estructura.

Esto será de gran ayuda para el estudio de factibilidad, pues se tendrá en cuenta para la toma de decisiones en el desarrollo del establecimiento comercial Stand GC.

¹⁰ BECERRIL Reza, F. Ciencia metodología e investigación: Métodos de investigación. 1ra ed. México, D.F: Pearson Educación, 1997. P 93-100

Dando como resultado la realización exitosa de una inversión futura con respecto a los posibles clientes del establecimiento comercial.

2.2.3. Fuentes de recolección de datos

Ya que el presente estudio tiene como finalidad una metodología de investigación descriptiva con un tipo cuantitativo y cualitativo se tendrán en cuenta las diferentes fuentes de recolección de datos:

- Diario de campo (cualitativo): examinará, observará y controlará los comportamientos comunes que intervienen en el mercado de las cocteleras. (este método permite ver los efectos que el producto genera en los consumidores.
- Método documental (cualitativo) este método recopila y procesa datos de investigaciones pasadas, obtiene información de revistas, estudios, documentales y demás; este se utiliza en este plan de negocios en la investigación de mercado, en cuanto a la identificación de las necesidades y aspectos diferenciales del mercado objetivo, así como de las características de la competencia en variables como el precio, canales de distribución, medios de publicidad, etc.¹¹
- Encuestas o cuestionarios (cuantitativa): permite extraer datos a través de una serie de preguntas con el fin de definir variables constantes dentro del estudio. Además, este método se realiza con el fin de probar hipótesis o respaldar ideas, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer pautas de comportamiento y validar teorías; este método de investigación ofrece la posibilidad de generalizar los resultados de manera más amplia, así como otorga control sobre los fenómenos analizados, y un punto de vista de conteo y las magnitudes de estos.¹²

¹¹ Ibid. p. 12

¹² Hernández, R, Fernández, C, & Lucio, M. Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill, 2006

2.2.3. Técnicas de muestreo y definición de la población objetivo

- Población objetivo

Este proyecto de inversión se verá enfocado en personas del municipio de Fusagasugá de género masculino y femenino, que sean mayores de edad 18 años.

- Según el DANE DEL 2023 en este municipio hay 170.039 habitantes; de estos, 60.200 son adultos mayores de 18 años; que también está dividido en 29.696 son hombres y 30.504 son mujeres

- Muestreo

- Técnicas de muestreo probabilístico Aleatorio simple

Esto le garantizará al estudio de factibilidad para la creación del establecimiento comercial "Stand GC" que todos los individuos que componen la población objetivo tengan la misma oportunidad de ser incluidos en la muestra. Planteando con otros términos, la probabilidad de selección de un sujeto a estudiar es independiente de la probabilidad que tienen el resto de los sujetos que forman parte de la población objetivo. Lo que se plantea con ello la selección aleatoria de un grupo de personas con las características propuestas género masculino y femenino que sea mayores de 18 años es decir que, si en Fusagasugá hay una población de 132.265 personas mayores de edad de género masculino y femenino, encuesta aleatoriamente personas con estas características.

- Muestra

Como la técnica de muestreo será aleatoria simple, para la muestra se tomará a personas con las características anteriormente establecidas. Esto sin dejar de lado el correcto proceso de selección de muestras necesarias para tener el 80% de nivel de confianza. Siendo así, el siguiente paso será:

Tabla 1 Cálculo de muestra

CÁLCULO DE LA MUESTRA		DATOS
N		60.200 habitantes
ZA		nivel de confianza 80%
P		probabilidad de éxito 50%
Q		probabilidad de fracaso 50%
E		error 2%

Nota 1 Elaboración propia

Replanteando la información anterior en su fórmula desarrollada

$$n = \frac{N * Z_{\alpha/2} * p * q}{e^2}$$

$$e = 0,02 \quad Z_{\alpha/2} = 1,28 \quad p = 0,5 \quad q = 0,5$$

$$n = \frac{60.200 * 1,28^2 * 0,5 * 0,5}{0,04}$$

$$n = \frac{60.200 * 1,6384 * 0,25}{0,04}$$

$$n = \frac{245.171,2}{0,04}$$

$$n = 61.292,8$$

n = 98,6 habitantes a encuestar.

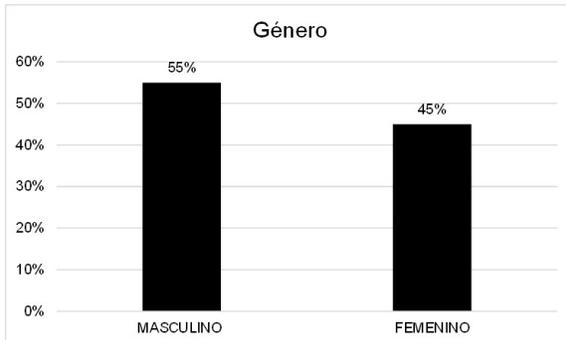
Tamaño de la muestra 100 habitantes

2.2.4. Perfil del consumidor.

Por medio de esta recopilación de información de la encuesta, Esta tiene el objetivo principal dar información relevante y valiosa sobre los clientes del gastro bar Stand GC. Esto incluye datos demográficos como la edad, el género, la ubicación geográfica y los ingresos, la forma en la que prefieren realizar sus pagos, y si están dispuestos a vivir nuevas experiencias con sabores innovadores; Esta información ayudará a segmentar la audiencia y adaptar las estrategias de marketing y promoción de manera efectiva.

1. Género

Gráfico 1 género

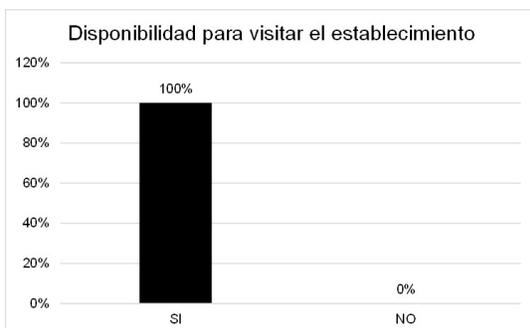


Nota 2 elaboración propia

Análisis: Como se puede notar en la gráfica anterior, es pertinente decir que, del total de las personas encuestadas, el 55% son de género masculino y el 45% es de género femenino. Haciendo énfasis a que son personas mayores de 18 años

2. ¿Le Gustaría visitar un establecimiento comercial en Fusagasugá, que tenga una temática gastronómica artesanal con comidas y bebidas frutales del Norte de Santander?

Gráfico 2 Disponibilidad para visitar el establecimiento comercial

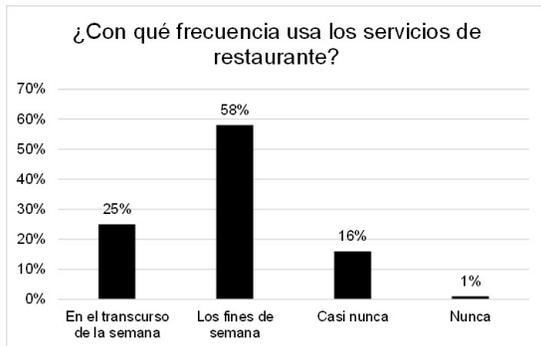


Nota 3 Elaboración propia

Análisis: En esta figura es evidente que el 100% de la población encuestada dijo que sí está dispuesto a probar cócteles artesanales; lo que indica que este proyecto es factible, y viable, pues tendría gran aceptación por parte de los consumidores. Pues en Fusagasugá no existe un gastro bar que tenga la temática que se planteó para el estudio de factibilidad “Stand GC”.

3. ¿Con qué frecuencia usa los servicios de restaurante?

Gráfico 3 ¿Con qué frecuencia usa los servicios de restaurante?

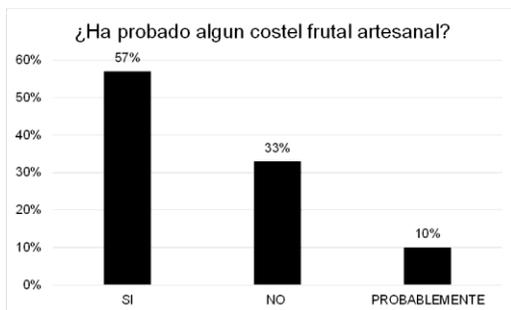


Nota 4 Elaboración propia

Análisis: En esta gráfica se puede notar que el 58% de las personas prefieren asistir a este tipo de establecimientos los fines de semana, el 25% asisten en el transcurso de la semana y casi nunca el 16%, lo que para Stand GC le servirá más adelante con el planteo de los horarios; esta gráfica también permite ver que el establecimiento comercial podría tener un flujo constante de.

4. ¿Ha probado algún cóctel frutal de origen artesanal?

Gráfico 4 ¿Ha probado algún cóctel frutal de origen artesanal?

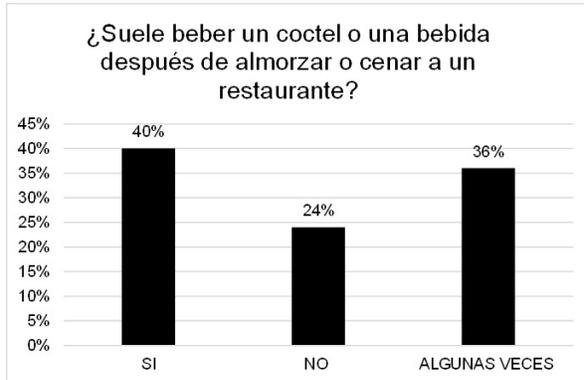


Nota 5 Elaboración propia

Análisis: El 57% de los encuestados si ha probado este tipo de bebidas artesanales, sin embargo el 33% dice que no y el 10% probablemente lo ha hecho, es importante tener en cuenta esta información ya que la mayoría de las personas han tenido esta experiencia podrán juzgar de una forma más dura el producto.

5. ¿Suele beber un cóctel o una bebida después de almorzar o cenar en un restaurante?

Gráfico 5 ¿Suele beber un cóctel o una bebida después de almorzar o cenar en un restaurante?

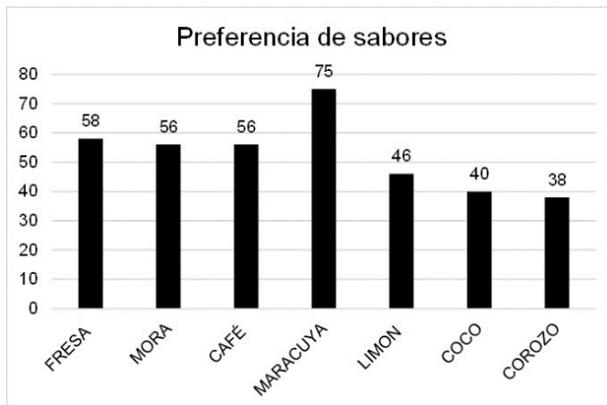


Nota 6 Elaboración propia

Análisis: En esta gráfica se puede notar que el 40% de los encuestados prefiere beber un cóctel después de cenar o almorzar en un restaurante, el 36% lo hace algunas veces y el 24% no lo hace; para el estudio que se realiza es positivo este dato pues este establecimiento comercial ya que quiere decir que el 76% podría ser un cliente fijo de este establecimiento comercial.

6. ¿Qué sabores le gustaría probar en los cocteles artesanales? (puede seleccionar varias)

Gráfico 6 ¿Qué sabores le gustaría probar en los cocteles artesanales?

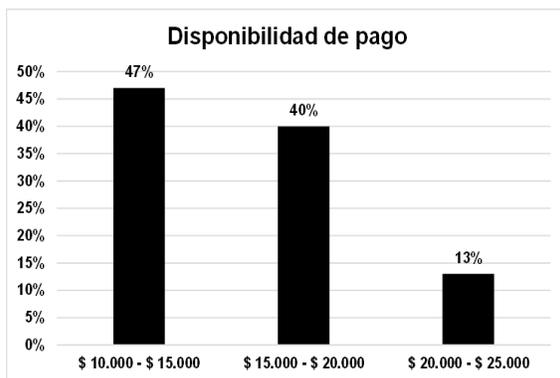


Nota 7 Elaboración propia

Análisis: Esta gráfica muestra la preferencia de sabores en la población fusagasugueña, entre ellos los más apreciados por los encuestados son: maracuyá, café, mora y fresa, lo que será de gran utilidad pues de la misma forma se ofertarán estos sabores recurrentemente y lo que son menos apreciados se hará con menos regularidad.

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un cóctel frutal artesanal?

Gráfico 7 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un cóctel frutal artesanal?



Nota 8 Elaboración propia

Análisis: Para este estudio de factibilidades y para el establecimiento comercial stand GC es vital conocer la disponibilidad de pago de sus futuros clientes, por ello en esta gráfica se puede notar que el 47% tiene una disponibilidad de pago de \$10.000 a \$15.000, el 40% tiene disponibilidad de pago de \$15.000 a \$20.000 y el 13% de \$20.000 a \$25.000. Lo que quiere decir que Stand GC podría tener varios precios en sus productos teniendo en cuenta esta gráfica, es decir más precios bajos que altos.

8. ¿Ha probado la gastronomía Santandereana?

Gráfico 8 ¿Ha probado la gastronomía Santandereana?

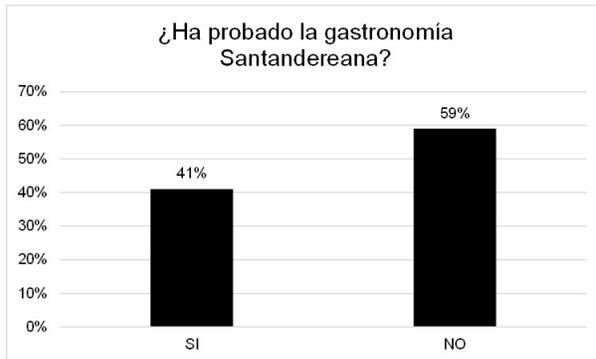


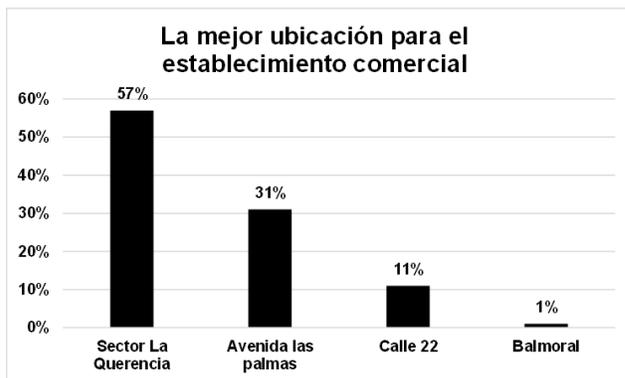
Ilustración 1 elaboración propia

Nota 9 Elaboración propia

ANÁLISIS: Lo que representa esta gráfica es el conocimiento gastronómico del norte de Santander que se tiene en Fusagasugá, es decir que el 41% ha probado algún tipo de comida del norte de Santander y el 59% no lo ha hecho. Para el establecimiento comercial Stand GC es bueno ya que más personas que ya probaron este tipo de gastronomía saben que es buena y se cumplirá con el factor vos a vos, y los que no la conocen podrán asistir a conocer una nueva cultura.

9. ¿Dónde cree usted que es adecuado el funcionamiento del Gastro-bar Stand GC?

Gráfico 9 ¿Dónde cree usted que es adecuado el funcionamiento del Gastro-bar Stand GC?



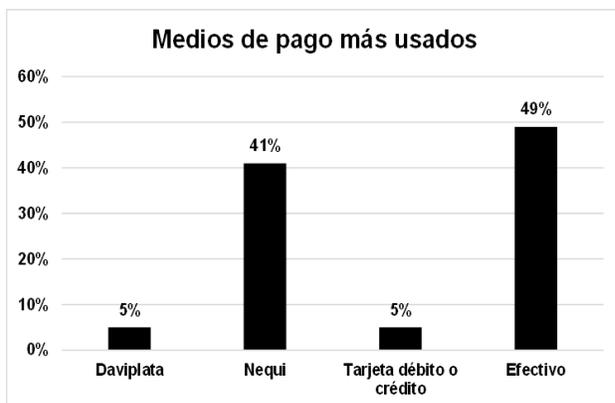
Nota 10 Elaboración propia

Análisis: Stand GC en busca de su mejor ubicación tiene en cuenta la opinión de sus posibles clientes, tomando como base el plan de ordenamiento territorial (POT)

y el tipo de establecimiento; se plantearon 4 sectores, entre ellos: la querencia que cuenta con el 57%, la avenida de las palmas 31%, la calle 22 11% y Balmoral 1%. Con lo anteriormente planteado se define que el mejor sector para el establecimiento comercial es la querencia.

10. ¿Cuál es el medio de pago que más usa?

Gráfico 10 ¿Cuál es el medio de pago que más usa?



Nota 11 Elaboración propia

Análisis: Esta gráfica deja ver la diversidad de medios de pago con los que cuentan las personas encuestadas, principalmente usando el efectivo con el 49% y Nequi con el 41%.

2.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA

2.3.1. Competencia directa

- Actualmente en Fusagasugá existe un negocio de cócteles llamado Nativo gastro-Bar ubicado en la calle 20 # 11-36; dos cuadras más adelante de la universidad, donde se ofrecen diferentes tipos de cócteles que NO son artesanales y la clase de comida que se ofrece allí es de tipo rápida; además de esto, el establecimiento no cuenta con ningún tipo de temática más que la comúnmente vista en este tipo de locales comerciales. A pesar de esto el local ha tenido gran recibimiento por parte de la comunidad Fusagasugueña.

- También dentro de la competencia directa encontramos al bar PÓRTICO ubicado en la Cra. 42 #21-23, Chinauta, que se ha mantenido en el mercado por singularidad, pues tiene una temática atractiva al público además de ser tranquilo y tener variedad de productos para ofrecer a los clientes.
- Por último, los gastrobares entre ellos Santo Sorbo, Mira Azul, El Del Mirador, los cuales se han mantenido en este negocio durante un tiempo favorable debido a sus temáticas, comida, y ambiente de estos.

2.3.2. Competencia indirecta- productos sustitutos

Matriz Perfil Competitivo

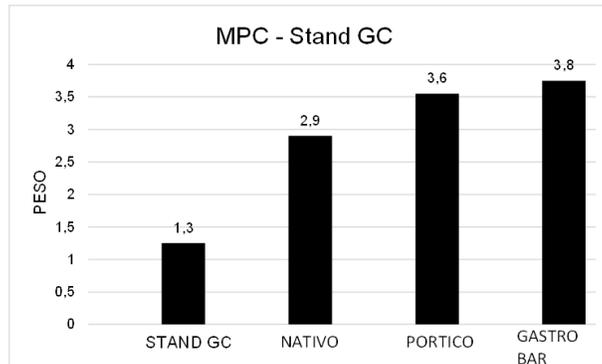
La matriz de perfil competitivo planteada en el presente estudio de factibilidad para la creación del gastro bar Stand GC que muestra la capacidad de competencia que puede tener tras el surgimiento del mismo; por ellos se establecen diferentes factores importantes para alcanzar el éxito, Entre ellos están la participación en el mercado ya establecido, la publicidad como elemento clave en el desarrollo de la creación de ventajas competitivas que incluyan innovación, calidad y presentación de los productos ofertados en los diferentes establecimientos propuestos; además, el desarrollo y la penetración del mercado con precios asequibles.

Tabla 2 Matriz del perfil competitivo

Matriz del Perfil Competitivo - MPC									
Factores y ponderación		COMPETIDORES							
FACTOR DE ÉXITO	peso	STAND GC		NATIVO		PÓRTICO		GASTRO BAR	
		Calificación	peso ponderado						
participación en el mercado	20%	0,0	0,0	3,0	0,6	4,0	0,8	4,0	0,8
publicidad	15%	0,0	0,0	1,0	0,2	3,0	0,5	4,0	0,6
calidad del producto o servicio	15%	5,0	0,8	3,0	0,5	4,0	0,6	3,0	0,5
competitividad de precios	10%	5,0	0,5	4,0	0,4	4,0	0,4	4,0	0,4
posición financiera	10%	0,0	0,0	4,0	0,4	4,0	0,4	3,0	0,3
tecnología	30%	0,0	0,0	3,0	0,9	3,0	0,9	4,0	1,2
total	100%		1,3		2,9		3,6		3,8

Nota 12 Elaboración propia

Gráfico 11 Matriz perfil competitivo



Nota 13 Elaboración propia

Análisis: Con respecto a lo anterior, se puede decir que los gastrobares están muy bien posicionados en Fusagasugá con una calificación de 3,8, pero PÓRTICO está bastante cerca de esta cifra con 3,6. Por ende se puede entender que estas son la competencia bastante buena, sin embargo, sus calificaciones no son tan altas si se tiene en cuenta la población y la cantidad de establecimientos con esta temática actualmente establecidos.

2.4. EL PRODUCTO

Para el estudio de factibilidad, se tiene la idea de la creación de un gastro bar en donde se muestre toda la cultura, colores, temáticas, y sabores del Norte de Santander. El elemento principal de este sitio son sus cócteles ya que es una mezcla de anís con frutas; además que los clientes podrán compartir tiempo de calidad y excelentes experiencias con amigos, parejas y familia

2.4.1. Descripción del producto

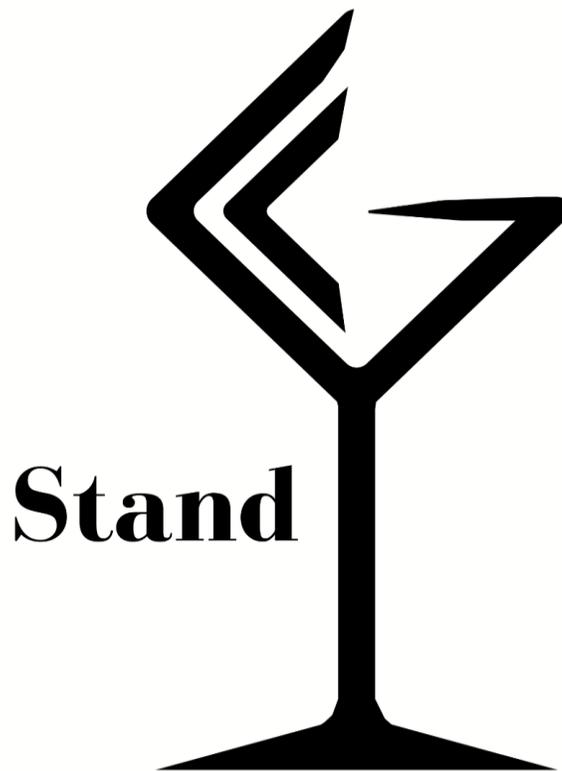
Stand GC cuenta con un producto estrella que es el cóctel artesanal frutal y se destaca por tener a su público objetivo, También recurre al uso de un establecimiento para que los usuarios puedan apreciar todas variedades de sabores de esta región y el disfrute de nuevas experiencias de sabor. Su valor agregado es poder transmitir a los usuarios que el producto es único y se concentra en la

creatividad de un ambiente agradable. Sin duda este producto va enfocado a personas que desean una experiencia motivadora sobre los paisajes y la gastronomía colombiana.

2.4.1.1. Logo

El gastro bar stand GC, cuenta con un diseño elegante además de contar con el color negro que, según la teoría de los colores, el color negro representa la elegancia, el poder, misterio además de estar complementado con el color blanco que deja ver la pureza de sus productos que es lo que realmente quiere mostrar este establecimiento comercial Stand GC.

Ilustración 2 Logo Stand GC



Nota 14 C.D. Elaboración propia

2.4.1.2. Menús

El menú de las bebidas propuesta contiene lo diferentes cocteles que representan al norte de Santander, además de mostrar diferentes imágenes que pueden hacer que el cliente tenga una idea del producto que está adquiriendo.

Ilustración 3 Bebidas disponibles



COCTELES DEL NORTE S.

TE LLEVA A OTRO PLANETA

COCTEL DE CASA | \$15.000
BASE DE ANIS, FRESA, YERBABUENA, GRANADINA DE CEREZA, ZUMO DE LIMON Y NARANJA, BORDE EN AZUCAR

MORA OCAÑERA \$12.000
BASE DE ANIZ, MORA, LECHE CONDENSADA, CANELA, ESENCIA DE VAINILLA, BORDE DE AZUCAR Y LIMON

MARACUYA FASSION | \$14.500
BASE DE ANIZ, MARACUYA, LECHE CONDENSADA, CANELA, ESENCIA DE VAINILLA GRANADINA EN MARACUYA, BORDE DE AZUCAR Y LIMON

CAFE SANTANDEREANO \$12.200
BASE DE ANIZ, CAFE COLOMBIANO, LECHE CONDENSADA, ESENCIA DE VAINILLA, CANELA, MILO, CHISPAS DE CHOCOLATE, BORDE DE AZUCAR Y NARANJA

BOLE LIMÓN | \$13.000
BASE DE ANIS, ESENCIA DE LIMON, GRANADINA VERDE, CANELA, LECHE CONDENSADA, ZUMO DE LIMON, BORDE DE AZUCAR Y SANDIA.

TRADICIÓN DEL COCO | \$14.300
BASE DE ANIZ, ESENCIA DE COCO, LECHE CONDENSADA, CANELA, GRANADINA DE VAINILLA, BORDE DE AZUCAR

Nota 15 Elaboración propia

El menú de pasabocas propuesta contiene los sabores representativos de del norte se Santander con su respectiva descripción; allí también se plantean diferentes imágenes que le permiten a los clientes saber que producto están adquiriendo.

Ilustración 4 Pasabocas gastro bar



PASABOCAS

GASTROBAR

COCTELES DEL NORTE

ENTRADAS	
<p>CABALLEROS</p> <p>GALLETAS SALTIN, AVENA EN OJUELAS, QUESO, BOCADILLO Y SALSA DE LA CASA</p>	\$ 5.000
<p>PASTELITOS DE QUESO</p> <p>HARINA DE TRIGO, MANTEQUILLA, QUESO, MIEL Y PISCAS DE AZUCAR A SU ALREDEDOR</p>	\$7.000
<p>AREPA DE HUEVO</p> <p>MAIZ BLANCO, PISCAS DE HARINA, HUEVO, MANTEQUILLA, POLLO, CARNE, CHAMPIÑONES, AGUACATE, SANCHICHAS RANCHERAS Y SALSA DE LA CASA.</p>	\$5.000
ESPECIALIDADES	
<p>AREPA DE LA CASA</p> <p>MAIZ BLANCO, QUESO, JAMON, CARNE, POLLO, CHAMPIÑONES, AGUACATE, MANTEQUILLA, CHORIZO, Y SALSA DE LA CASA</p>	\$15.000
<p>AREPA SENCILLA</p> <p>MAIZ BLANCO, HUEVO FRITO, QUESO, JAMÓN MANTEQUILLA SALSA DE LA CASA.</p>	\$10.000
<p>AREPA AMARILLA</p> <p>MAZORCA, QUESO CREMA, JAMÓN, SALSA DE CASA</p>	\$7.000
<p>AREPA OCAÑERA</p> <p>MAIZ BLANCO, QUESO COSTEÑO, AGUACATE, POLLO, CARNE, SALSA DE CASA</p>	\$8.000

Nota 16 Elaboración propia

2.4.2. Patrón de tendencia del tiempo

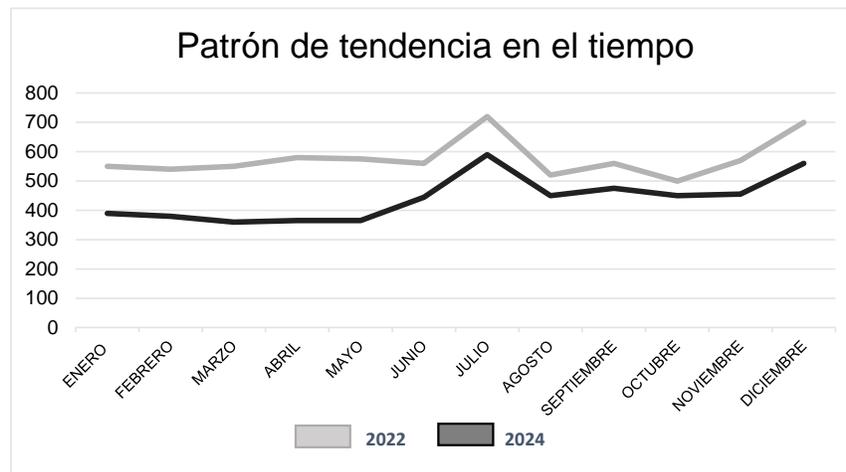
El patrón de tendencia en el tiempo muestra los pronósticos de venta para los meses del año 2024 y de la misma forma tomándolo como base para los siguientes años después de la creación del gastro bar.

Tabla 3 Patrón de tendencia del tiempo

Patrón de tendencia en el tiempo		
PERIODO	DATOS 2022	PRONOSTICO 2024
ENERO	550	390
FEBRERO	540	380
MARZO	550	360
ABRIL	580	365
MAYO	575	365
JUNIO	560	445
JULIO	720	590
AGOSTO	520	450
SEPTIEMBRE	560	475
OCTUBRE	500	450
NOVIEMBRE	570	455
DICIEMBRE	700	560

Nota 17 Elaboración propia

Gráfico 12 Patrón de tendencia del tiempo



Nota 18 Elaboración propia

Los datos tomados anteriormente son de investigación propia de la estacionalidad que ha presentado la competencia directa de “Stand GC” en el año 2022.

Análisis: Esta gráfica determina períodos de tiempo se puede establecer que en el año 2023 se elevan las ventas, además que el comportamiento de los consumidores

presenta una tendencia en ese año para el buen funcionamiento del establecimiento comercial.

2.4.3. Presentación del producto

La apariencia que “Stand GC” quiere mostrar a los consumidores con elementos altamente llamativos en su decoración enfocada en la cultura de norte de Santander, brindando un factor seductivo para las personas, que estimule la curiosidad por el establecimiento y los bienes que se ofertan en él, entusiasmo por volver a tener las experiencias vividas allí, y elegancia antes y después de ser atendidos. La presentación de los cócteles y la comida en el establecimiento será servida en cristalería de buen estado, calidad y la limpieza como parte principal.

El establecimiento tiene como objetivo tener variedad de vajillas ya que cada copa está decorada de manera creativa con los paisajes y colores de esta región y así el cóctel tendrá mejor presencia y la bebida resultará más apetecible. Otro elemento importante es la calidad del hielo y su forma de presentación con una consistencia similar a la nieve, hielo picado ya que se puede realzar el atractivo de la copa de esta forma crear curiosos efectos coloristas. La decoración de estos Cócteles irá de la mano de elementos vistosos, como hierbas frescas, flores, pieles de cítricos, rodajas de fruta, especias para aromatizar, bayas de colores, así como la decoración de los bordes con un aro de escarcha de azúcar, etc.

Los adornos de estos cócteles rigen este caso de frutas decorativas que pertenezcan a los ingredientes del cóctel como rodajas de limón, naranja, piña, sandía, fresas, cerezas, lavadas y en el mejor estado. Y se puede colocar en el borde o dentro de la copa. Además de esto se llevará a cabo Hierbas aromáticas ya que se quiere aportar frescor y color al cóctel, y las mejores opciones son unas hojas de menta o albahaca, que se dejan enteras o machacadas para estimular el sabor. Igualmente se usarán colorantes naturales que aportan tonalidades y sabores atractivos a la bebida. Por ejemplo, granadina, concentrado de cereza, jugo de uva, crema de menta verde.

Cocteles del gastro bar Stand GC

Ilustración 5 Cocteles del gastro bar GC



Nota 19 Y.N. Carol [fotógrafo y chef] (27 de abril del 2022) [clip art] Pinterest <https://co.pinterest.com/pin/817051557410385825/>,

Pasabocas gastro bar Stand GC

Ilustración 6 Pasabocas del gastro bar GC

PASABOCAS STAND GC	
AREPA DE CASA	
AREPA OCAÑERA	
TROZOS CHIP	
CABALLEROS	

Nota 20 Beth [chef colombiano] (17 de octubre de 2017) [clip art] Pinterest <https://co.pinterest.com/pin/90212798769895672/>,

Enry [cocinera] (5 de julio de 2016) [clip art] Pinterest <https://co.pinterest.com/pin/631489179010561467/>,

2.5. ANÁLISIS DE PRECIOS

2.5.1. Precios de la competencia

Tras la obtención de la información de la competencia directa de Stand GC se toman los establecimientos que cuentan con similitudes con respecto al propuesto en esta investigación, los establecimientos que existen en la ciudad de Fusagasugá son: el primero llamado "PÓRTICO" Ubicado en el centro comercial la Querencia, Y el segundo establecimiento "NATIVO" gastro-Bar ubicado en la calle 20 # 11-36 dos cuadras más adelante de la universidad, En general estos locales manejan este tipo de bebidas tradicionales a base de alcohol.

Tabla 4 Precios de la competencia

COMPETENCIA DIRECTA			
NATIVO GASTRO-BAR	PRECIO	PORTICO	PRECIO
Pasión purpura	\$ 10.000	Mojito	\$ 25.000
Berlín	\$ 10.000	Piña colada	\$ 25.000
Tusi	\$ 10.000	Chocolate	\$ 28.000
Margarita tequila	\$ 10.000	Coctel blanco	\$ 28.000
Crema de whisky	\$ 12.000	Guaya pórtico	\$ 42.000
Piña colada	\$ 12.000	Pórtico lu	\$ 30.000
Mango de tequila	\$ 10.000	pecera	\$ 42.000
Vodka maracuyá	\$ 10.000	crema de whisky	\$ 42.000

Nota 21 Elaboración propia

2.6. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Stand GC en general maneja un único método de distribución del producto que es el contacto directo con el establecimiento ya que el principal enlace para obtener el producto será desde el sitio en donde se empezará a comercializar, Además de esto el establecimiento contará con una estrategia de exclusividad en el territorio de ventas ya que este producto es innovador y distinto a lo habitual en el municipio de Fusagasugá.

2.7. PRONÓSTICO DE VENTAS

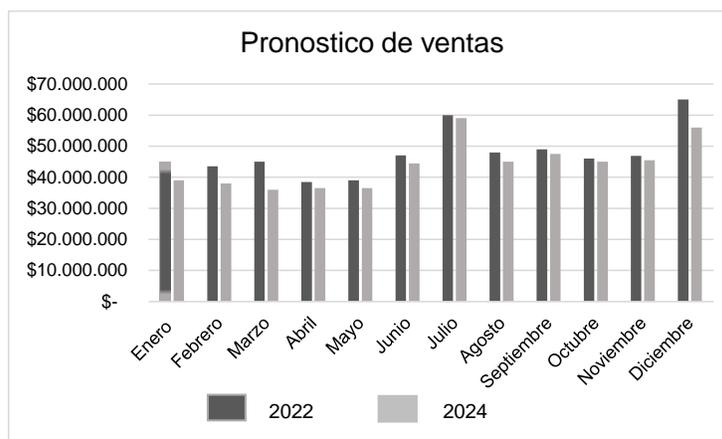
En esta parte del proyecto se toman y analizan las ventas de establecimientos similares para generar las metas esperadas para el gastro bar Stand GC en el año 2024 que sería el año de su surgimiento ante la población de Fusagasugá.

Tabla 5 Pronostico de ventas

Pronostico de ventas				
Periodo	2022		2024	
Enero	\$	45.000.000	\$	39.000.000
Febrero	\$	43.500.000	\$	38.000.000
Marzo	\$	45.000.000	\$	36.000.000
Abril	\$	38.500.000	\$	36.500.000
Mayo	\$	39.000.000	\$	36.500.000
Junio	\$	47.000.000	\$	44.500.000
Julio	\$	60.000.000	\$	59.000.000
Agosto	\$	48.000.000	\$	45.000.000
Septiembre	\$	49.000.000	\$	47.500.000
Octubre	\$	46.000.000	\$	45.000.000
Noviembre	\$	46.900.000	\$	45.500.000
Diciembre	\$	65.000.000	\$	56.000.000
Total	\$	572.900.000	\$	528.500.000

Nota 22 Elaboración propia

Gráfico 13 pronóstico de ventas



Nota 23 Elaboración propia

Análisis: Determinando el pronóstico se puede observar que el año 2022 se tuvo acogida en este tipo de productos en Fusagasugá, siendo así favorable para las empresas ya que su reconocimiento fue rápido y eficaz.

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

En esta parte de la investigación, se responderá a la demanda de este tipo de productos cÓcteles artesanales y comida típica del norte de Santander. Gracias al estudio de mercado previamente realizado se tiene total conocimiento de los datos de oferta y demanda de este producto, donde se definirá también el tipo de maquinaria y el equipo adecuado para la correcta elaboración y el rendimiento óptimo para que este proyecto alcance el éxito que se espera.

- Capacidad Financiera

Según el estudio de mercado y el pronóstico de ventas realizado la capacidad que el gastro bar “Stand GC” tendría la capacidad de atender un promedio entre 300 y 560 personas al mes generando ventas de entre 50 y 60 millones en meses concurridos y de 30 a 40 millones en meses de poca actividad. Con base en esta información se determina que esta investigación de factibilidad sería exitosa en el sector económico.

- Capacidad de mano de obra

Para la presente investigación de factibilidad es primordial la existencia de personal que esté calificado para participar en el manejo de diferentes aspectos claves para el éxito del gastro bar Stand GC. La mano de obra que se utilizará para el proyecto será un bar tender, un cocinero, un cajero, dos meseros, un vigilante; en total se contratarán con seis personas que tendrán contacto directo con el producto y los clientes. Para la gestión y la administración de los recursos existirá un departamento administrativo en el cual participará: un administrador que en total será 1 personas que tendrán bajo su responsabilidad el correcto funcionamiento del establecimiento comercial “Stand GC.”

- Optimización

La optimización de la investigación de factibilidad para el gastro bar “Stand GC”, se logrará cuando se cuente con los implementos de cocina y barra, herramientas indispensables para la preparación de las bebidas, las comidas y por último la mano de obra especializada. La maquinaria para el establecimiento comercial Stand GC que se usará para este establecimiento serán: una nevera industrial y un filtro de agua; si se requiere otro tipo de maquinaria se implementará a partir del 2do año desde la creación del establecimiento comercial.

- Cocina

Con respecto a los utensilios de cocina que se utilizarán serán: una parrilla, una freidora, una licuadora, sartenes, ollas, cucharas, cuchillos, tenedores, platos, vasos, pocillos; si se requieren más utensilios, se implementará a partir del 1er trimestre después de la creación del establecimiento comercial.

- Barra

Para los implementos de la barra de cócteles se tendrán en cuenta los siguientes utensilios: cristalería, un Vaso medidor mixer, Jigger o Medidor para cócteles. Cucharas de bar, un abrebotellas, una hielera, un Shaker o coctelera, un colador, un muddler y un exprimidor de cítricos, si se requieren más utensilios se implementará a partir del 1er trimestre después de la creación del establecimiento comercial.

- Capacidad de adquisición de materia prima

Ya que el establecimiento de “Stand GC” depende de productos de la agricultura y ganadería colombiana, tendrá buena adquisición de materias primas, ya que los productos que se comercializaran allí son netamente artesanales. En busca de mejorar la economía y el ahorro de costos, se tendrá en cuenta como proveedor principal a los agricultores y ganaderos más cercanos de dichos insumos.

3.2 LOCALIZACIÓN

Para el gastor bar Stand GC se tienen en cuenta 2 lugares, sector la querencia y avenida calle 22, lo cuales están aprobados por el POT de Fusagasugá; a través de la realización de una encuesta se les preguntó a los posibles clientes cuál de estos lugares preferían, donde el 57% respondió que refiere el sector de la querencia. También, se elaboró un cuadro de alternativas de ubicación donde se evalúan estos dos lugares.

Tabla 6 Localización

ALTERNATIVAS DE UBICACIÓN PARA EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE STAND GC			
FACTORES DE LOCALIZACION	PUNTAJE	AVENIDA CALLE 22	LA QUERENCIA
Abastecimiento de agua	10	9	9
Servicio de energía	10	9	9
Disponibilidad de mano de obra	8	8	8
Clima social	9	8	9
Accesibilidad de los clientes	10	10	10
Seguridad vial	7	6	7
Proximidad de los proveedores	10	5	6
Disposición de transporte	6	6	6
Influencia del clima	8	5	8
Total	78	85%	92%

Nota 24 Elaboración propia

Análisis: Es posible ver en la tabla anterior que en algunos aspectos el sector la querencia y la avenida calle 22 tienen la misma calificación; sin embargo el sector de la querencia tiene un mejor puntaje pues el clima social que brinda es más adecuado para la temática de “Stand GC”; además este sector también cuenta con una mejor seguridad vial y la influencia del clima en la querencia no afecta de manera tan radical como en la avenida calle 22, pues se cuenta con mejor infraestructura vial, donde se notan gran diferencia; por esto y con lo planteado en el proyecto, la estética en infraestructura del sector de la querencia está acorde con lo propuesto en este proyecto.

3.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería de este proyecto hace referencia a cómo se va a elaborar el producto, es decir la descripción del proceso de elaboración del mismo.

3.3.1 Procesos y diagrama de procesos

Dentro del proceso el equipo que se utilizará es común en los restaurantes y bases, por ello no se considera que hay inconvenientes o requerimientos innecesarios en la disponibilidad del establecimiento comercial. El diagrama de procesos será de tipo intermitente secuenciado debido a que se desarrollan en orden secuencial; es decir que a medida que las órdenes lleguen así mismo serán elaboradas.

Tabla 7 Diagrama de procesos

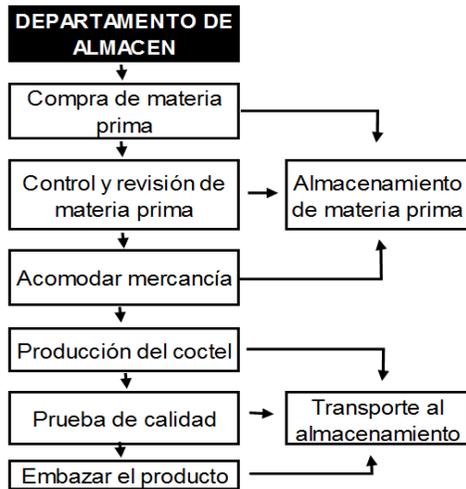


STAND G C

Nota 25 Elaboración propia

Diagramas de procesos.

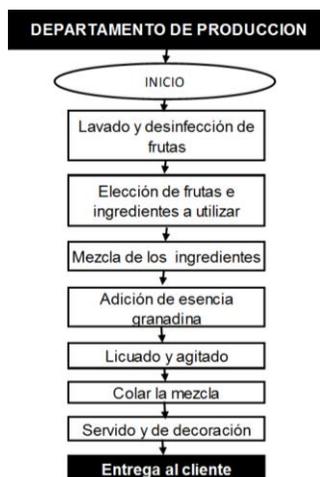
Ilustración 7 Diagrama de procesos del almacén



Nota 26 Elaboración propia

Análisis: Con el diagrama de almacenamiento se controla y se evita un aumento innecesario de los productos, Ya que podemos identificar las cantidades necesarias que se almacenan durante los periodos del año, Además de esto permite conservar los alimentos frescos, sanos, dentro de todo el inventario así mismo teniendo una rotación continua.

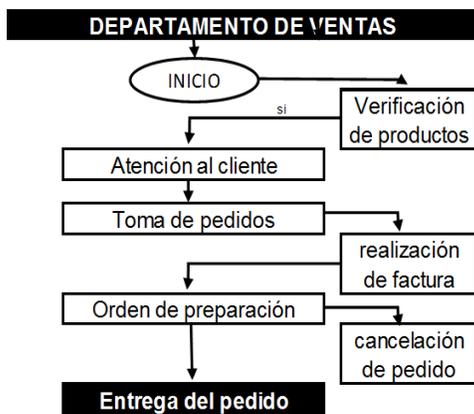
Ilustración 8 Departamento de producción



Nota 27 Elaboración propia

Análisis: Posteriormente al diagrama anterior se determinan los factores fundamentales dentro de todo el proceso de producción, Teniendo en cuenta que se debe garantizar la calidad de los productos ofrecidos puesto que esto permite llevar la inspección y el registro continuo de cada cóctel hecho, Además que la elaboración de cada uno debe tener una correcta gestión y elaboración para el agrado de los clientes.

Ilustración 9 Departamento de ventas



Nota 28 Elaboración propia

Análisis: Este diagrama nos ayuda a precisar el conocimiento que tenemos del producto a la hora de su venta, de la verificación del buen estado del servicio al cliente y la calidad del producto, Además que cada persona cumpla con sus responsabilidades y roles dentro de la organización dando una excelente imagen del producto permitiendo llamar la atención de los clientes para convencerlos de que compren e incentivarlos a que vuelvan.

3.3.2 Inversión en activos fijos o equipos

Tabla 8 Activos fijos

Activo	Imagen	Ficha tecnica	Vida util	Valoren el mercado
Licuadaora industrial para coctelería		licuadaora profesional industrial capacidad de vaso 2 lts :110 voltios, frecuencia 60hz, potencia motor: 2.3 hp	12 años	\$3.453.840
Cristalería		cristalería única + cristalería común para cócteles, marca generyc, línea as described. altra 15 x 8 cms, 10 cajas x12 copas = 120	según su manejo	\$4'800.000
Juego de coctelera		boston coctelera modelo drink mixer. incluye: un vaso medidor mixer, un jigger o medidor para cocteles, cucharas de bar, abrebotellas, shaker o coctelera, colador, muddler, un exprimidor de cítricos y una hielera.	8 años	\$ 2'560.000

Nota 29 Elaboración propia

Tabla 9 Adecuación del establecimiento

2 sofás		autodesk 3mt max, corona renderer. madera interior cedro, tela de algodón blanco aperlado y verde brillante colcha interior #10	10 años	\$6'200.000
7 mesas + 24 silla		colección moon, colores coloniales con bordes dorados o plateados, telas de las sillas en algodón, con colcas #5	15 años	\$10'000.000
4 lámparas		candelabro con detalles de cristal de cuarzo. estructura de hierro acabado en pan de oro. usa nueve focos halógenos tipo g de 25 watts (incluidos). total: 28.5" de ancho x 29.5" de profundidad x 28" de profundidad. toldo: 6" de diámetro. x 1"t. cadena: 10 ft. longitud del cable: 10 ft. importado. peso, 32 lbs., se hace la compra con servicios de instalación.	7 años	\$6'500.000
Mesón de bar		estructura en cedro longitud de 6 mts x 2,5 incluidos el lavaplatos y griferías y la estantería. mesón superior en mármol, se hace la compra con servicios de instalación.	15 años	\$1'500.000

Nota 30 Elaboración propia

Tabla 10 Adecuación del establecimiento

Luces		letrero de luz neón personalizados marca xtr 1 x50 mt. se hace la compra con servicios de instalación.	15 años	\$ 4'500.000
Caja registradora		marca hcctg, modelo ecr100, imprime recibo de venta, tiene un cajon monedero, doble pantalla lcd pantalla frontal más grade	10 años	\$ 1'200.000
Decoración general		todo tipo de decoración (plantas artificiales y naturales, insignias representativas, arte santandereano, murales, espejos y demás.) se hace la compra con servicios de instalación.	10 años	\$2'900.000
4 lavamanos		combo lavamanos redondo blanco+ griferia+ push+ sifon marca ccol modelo caj11. se hace la compra con servicios de instalación.	15 años	\$12'000.000
3 espejos		espejos adhesivos para pared forma circular u ovalada, decoración. marca genérica, diseño uniff. se hace la compra con servicios de instalación.	6 años	\$900.000

Nota 31 Elaboración propia

Tabla 11 Activos fijos de oficina

Televisor		smart tv samsung series 7 un65au7000kxz1 led 4k 65" 100v/240v	7 años	4'000.000
Escritorio		escritorio inval es11903 mdp, melamina de 100cm x 95cm x 40cm tabaco chic y chantillí (silla y lampara incluida). se hace la compra con servicios de instalación.	10 años	\$350.000
Software contable		gestión del negocio con todas las herramientas disponibles en el software administrativo y contable, 100% en la nube	5 años	\$2'000.000
Computador de mesa		computador all in one hp 23.8" pulgadas cb0003la - amd ryzen 3 - ram 8gb - disco ssd 256 gb – blanco.	5 años	\$2.500.000

Nota 32 Elaboración propia

Análisis: Identificación de todos los valores y costos necesarios en la empresa Stand GC, cada elemento será vital a la hora de empezar a desarrollar este establecimiento comercial.

3.3.3 Inversión en adecuaciones

Para la presente investigación de factibilidad En el establecimiento comercial “Stand GC”, y ya que su ubicación será el sector de la querencia, se determinó que se rentara un local ya existente con las modificaciones adecuadas para el establecimiento, con un área aproximada de 15 x 13 Mts. Según se identifican en estos locales presentan una construcción de un tiempo no mayor a los 6 años, por lo que se define apta y estable, por lo que no necesita adecuación alguna con excepción a las instalaciones de los activos fijos adquiridos, sin embargo, para la compra de ellos se hace con el convenio de instalación por arte de los proveedores.

3.3.4. Distribución de la planta

Lo que se presenta como la planta del establecimiento comercial de Stand GC cuenta con un área de 15 x 13 mts², dos plantas, la distribución de esta es la siguiente: una oficina con baño, 2 baños habilitados para damas y caballeros, cuenta con una sala de estar, una cocina y una barra y zona de parqueo.

Planta 1

Ilustración 10 vista planta 1 Stand GC



Nota 33 Elaboración propia

Ilustración 11 vista planta 1 Stand GC



Nota 34 Elaboración propia

Planta 2

Ilustración 12 vista planta 2 Stand GC



Nota 35 Elaboración propia

Ilustración 13 vista planta 2 Stand GC



Nota 36 Elaboración propia

Mejor visualización en el siguiente enlace

<https://youtu.be/m-mSZVePEFo>

Video: elaboración propia.

3.3.5 Identificación costos de producción de los cócteles

Para la investigación de factibilidad de la creación del gastro bar Stand GC se identifican los diferentes productos que son necesarios para la elaboración de los cócteles que se ofrecerán allí.

Tabla 12 costos de producción de los cócteles

COSTOS DE PRODUCCION			
ELEMENTOS DE COSTOS	Cantidad	Precio	Total semanal.
Materia prima (frutas)			
Mora (Kg)	3K	\$ 13.500	\$ 40.500
Maracuyá	2K	\$ 6.000	\$ 12.000
Fresa	3K	\$ 10.500	\$ 31.500
Corozo	2K	\$ 10.400	\$ 20.800
Limón	4K	\$ 10.000	\$ 40.000
Coco	4K	\$ 13.920	\$ 55.680
Leche (Lts)	3L	\$ 13.500	\$ 40.500
Azúcar	4K	\$ 10.000	\$ 40.000
Esencia de vainilla	1L	\$ 2.000	\$ 2.000
Canela	3K	\$ 6.000	\$ 18.000
Anís	4K	\$ 3.000	\$ 4.000
MANO DE OBRA DIRECTA			
Sueldos (Con todas las prestaciones de ley)	6	\$ 6.000.000	\$1.200.000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION			
Sueldo del cajero (Con todas las prestaciones de ley)	1	\$ 1.000.000	\$ 200.000
Cristalería para los cocteles	120	\$ 4.800.000	\$ 13.400
Alquiler de local comercial	1	\$ 3.500.000	\$ 700.000
Monto semanal de las facturas publicas (Agua, Energía, internet, gas.)	1	\$ 1.200.000	\$ 300.000
TOTAL		\$16.598.820	\$2.718.380

Nota 37 Elaboración propia

3.3.6. Costo de producción de los pasabocas

Estos valores obtenidos serán puestos en marcha en la preparación durante una semana en el gastro bar, teniendo en cuenta que los productos se manejan 100% naturales y frescos. Este es el valor agregado que la empresa quiere mostrar al público.

Tabla 13 Costo de producción de alimentos

COSTO DE PRODUCCION DE ALIMENTOS		
ALIMENTOS	CANTIDAD	PRECIO
Maíz blanco	5k	\$ 45.000
Mazorca	1b	\$ 85.000
Sal	1l	\$ 1.800
Pollo	10k	\$ 95.000
Carne	10k	\$ 150.000
Champiñones	5k	\$ 28.000
Salchichas	10p	\$ 30.000
Queso	5k	\$ 50.000
Bocadillo	5k	\$ 20.000
Jamón	5k	\$ 25.000
Aguacate	8l	\$ 40.000
Queso crema	5l	\$ 30.000
Salsa rosada	4k	\$ 16.000
Huevo	30h	\$ 18.000
Mantequilla	5k	\$ 10.000
TOTAL		\$ 643.800

Nota 38 Elaboración propia

3.3.6 Identificación gastos mensuales en la planta de producción

Tabla 14 gastos mensuales en la planta de producción

GASTOS OPERACIONALES		
CLASIFICACION	CONCEPTO	VALOR
ADMINISTRATIVOS	Renta local	\$ 3.500.000
	Nomina oficina	\$ 2.000.000
	Electricidad	\$ 300.000
	Internet	\$ 90.000
	Agua	\$ 700.000
	Dotación	\$ 1.500.000
	Papelería y útiles	\$ 80.000
	TOTAL ADMINISTRATIVO	\$ 8.170.000
VENTAS	Renta de almacén	\$ 3.500.000
	Publicidad	\$ 200.000
	Electricidad	\$ 300.000
	Nomina de ventas	\$ 5.000.000
	TOTAL VENTAS	\$ 9.000.000
TOTAL GENERAL	\$ 17.170.000	

NOTA 39 Elaboración propia

Análisis: Con los determinados gastos operacionales se puede dar a conocer los valores necesarios para la empresa, ya que estos son importantes a tener en cuenta en los estados financieros.

4. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y ORGANIZACIONAL

4.1. PLATAFORMA ESTRATÉGICA

4.1.1. Misión

Stand GC es un gastro bar comprometido con la innovación y la creatividad en producción y venta de comida típica del norte de Santander, bebidas artesanales y el mejor ambiente que se pueda imaginar; además, se ofrece conceptos únicos inspirados en la cultura de la región a un excelente precio que asegure la viabilidad de establecimiento a largo plazo.

4.1.2. Visión

El gastro bar Stand GC pretende ser reconocido como un establecimiento comercial original, sólido y profesional, con calidad humana y principios éticos, que ofrece servicios y productos de excelencia; así mismo, Lograr ser una empresa altamente productiva, innovadora, competitiva y dedicada a la satisfacción plena de los clientes. Por último, ser reconocidos como marca líder del mercado local.

4.1.3. Valores corporativos

Stand GC Desarrolla una estructura integral en su equipo de trabajo, actitud de servicio, convivencia y armonía en un ambiente de profesionalismo, honestidad y entusiasmo, en el trabajo.

- **Eficiencia:** Como empresa que influye el autoservicio en los clientes, es el deber de la empresa estar capacitados para llevar a cabo funciones tal cual como se lo exponemos a ellos, con el tiempo exacto de servicio que se les indica.
- **Transparencia:** Es vital que la empresa siempre sea clara y legal con los clientes para que así se sientan cómodos con los servicios que se están prestando sin tener que acudir al personal físico.
- **Puntualidad:** Para la empresa es importante la satisfacción de quien visite el establecimiento y así mismo es el deber de la organización poder cumplir con los tiempos que se pacten en la entrega del pedido.

4.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL GASTRO BAR

El gastro bar Stand GC, se proyecta para funcionar inicialmente con un equipo interno de 7 personas, las cuales contribuirán al máximo desarrollo de las actividades comerciales, sistemáticas y administrativas de la organización.

4.2.1. Descripción de cargos funciones y perfiles

- 1 administrador: Tendrá a cargo el departamento administrativo, liderando y aprobando distintas actividades que se realicen en el gastro bar; será el encargado de la selección de personal cuando requiera cambios o su aumento. Deberá programar mensualmente la reunión de indicadores, de la cual serán participes los accionistas. Este administrador, se encargará de los reportes contables y de generar un reporte analítico del mes.
- 1 bar tender: Se encargará de atender la barra del gastro bar Stand GC y su función es preparar y servir las bebidas de la carta.
- 1 cocinero: Debe cocinar y servir comidas bien preparadas y ser capaz de manejarse en la cocina.
- 1 cajero: Ayudará a los clientes a realizar transacciones de compra además ofrecer el máximo nivel de atención al cliente.
- 2 meseros: Serán las personas encargadas de servir y preparar los pedidos realizados por el cliente.
- 1 guarda de seguridad: Se encargará del no ingreso de armas, drogas o elementos ilegales que pongan en riesgo la vida de los clientes y la integridad del establecimiento, además deberán supervisar el lugar.

4.3. INVERSIONES Y GASTOS

4.3.1. Gastos salariales

Se presenta la carga laboral con que tiene responsabilidad que el gastro bar Stand GC presentará al comenzar sus operaciones como local comercial.

Tabla 15 Gastos salariales

NOMINA			SEGURIDAD SOCIAL			PRESTACIONES SOCIALES				PARAFISCALES	Total Carga Laboral
	Salario	Auxilio Transp.	Pensión	ARL		Cesantías	Prima	% cesantías	Vacaciones	Caja Compe	
			12%	0.52%		8.33%	8.33%	1%	4.17%	4%	
Salario Administrador	\$ 2.000.000	\$ 117.172	\$ 240.000	\$ 10.400		\$ 176.360	\$ 176.360	\$ 21.172	\$ 83.400	\$ 80.000	\$ 2.904.865
Salario de Ventas	\$ 1.000.000	\$ 117.172	\$ 120.000	\$ 5.200		\$ 93.060	\$ 93.060	\$ 11.172	\$ 41.700	\$ 40.000	\$ 1.521.365
Salario de Ventas	\$ 1.000.000	\$ 117.172	\$ 120.000	\$ 5.200		\$ 93.060	\$ 93.060	\$ 11.172	\$ 41.700	\$ 40.000	\$ 1.521.365
barman	\$ 1.000.000	\$ 117.172	\$ 120.000	\$ 5.200		\$ 93.060	\$ 93.060	\$ 11.172	\$ 41.700	\$ 40.000	\$ 1.521.365
cajero	\$ 1.000.000	\$ 117.172	\$ 120.000	\$ 5.200		\$ 93.060	\$ 93.060	\$ 11.172	\$ 41.700	\$ 40.000	\$ 1.521.365
cocinero	\$ 1.000.000	\$ 117.172	\$ 120.000	\$ 5.200		\$ 93.060	\$ 93.060	\$ 11.172	\$ 41.700	\$ 40.000	\$ 1.521.365
guarda de seguridad	\$ 1.000.000	\$ 117.172	\$ 120.000	\$ 5.200		\$ 93.060	\$ 93.060	\$ 11.172	\$ 41.700	\$ 40.000	\$ 1.521.365
	\$ 8.000.000										\$ 12.033.052

Nota 40 Elaboración propia

El pronóstico de la nómina presentada del gastro bar Stand GC tendrá a su cargo a 7 personas a las cuales se les realizará el pago de su correspondiente salario con todas las prestaciones de ley dado como resultado \$12'033.052.

4.3.2. Otros gastos administrativos y de ventas

En esta parte del proyecto de inversión se vinculan con la gestión, organización y dirección del establecimiento comercial de Stand GC los siguientes gastos fijos.

Tabla 16 Gastos fijos

GASTOS FIJO	
Carga laboral Administrador	2.904.865
Carga laboral Ventas	1.521.365
Carga laboral Ventas	1.521.365
barman	1.521.365
cajero	1.521.365
cocinero	1.521.365
guarda de seguridad	1.521.365
Papelería	80.000
Servicios	1.200.000
Aseo	200.000
dotación	1.500.000
publicidad	200.000
arriendo	4.300.000
Total G. Fijos mensuales	19.513.052

Nota 41 Elaboración propia

Tabla 17 Inversión de intangibles

INVERSION DE INTANGIBLES	
publicidad	\$ 200.000
software contable	\$ 2.000.000
TOTAL	\$ 2.200.000

Nota 42 Elaboración propia

4.3.3. inversión en activos fijo para oficina

Para el establecimiento comercial de Stand GC se hará una inversión de \$8'850.000 en su oficina, dentro de estos estarán los siguientes.

Tabla 18 Inversión en activos fijo para oficina

	ACTIVOS FIJO	Valor del Activo	Vida útil en años	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
ACTIVOS FIJOS DE OFICINA	TELEVISOR	\$ 4.000.000	5	\$ 800.000	\$ 66.667
	ESCRITORIO	\$ 350.000	10	\$ 35.000	\$ 2.917
	SOFWARD CONTABLE	\$ 2.000.000	5	\$ 400.000	\$ 33.333
	EQUIPO DE COMPUTO	\$ 2.500.000	5	\$ 500.000	\$ 41.667

Nota 43 Elaboración propia

4.3.4. adecuaciones para oficina

En la oficina del establecimiento comercial Stand GC no necesita adecuación ni instalación de equipo, pues al realizar la compra de los mismos se realiza el pago incluyendo este tipo de gastos; con lo que se hace referencia a papelería con objetos necesarios como: papel, esferos, lápices, borradores, facturas, carpetas, archivadores, ganchos o clips etc.

Tabla 19 Adecuación de oficina

ADECUACION DE OFICINA	
Papelería (mensual)	\$ 80.000
TOTAL	\$ 80.000

Nota 44 Elaboración propia

5. ESTUDIO LEGAL

5.1. TIPO DE SOCIEDAD EN QUE SE CONSTITUIRÁ LA EMPRESA

Sociedad Por Acciones Simplificada (S.A.S)

Origen: La ley 1258 del 5 de diciembre del 2008.

Naturaleza: El establecimiento comercial Stand GC se regirá por las mismas reglas que se rigen las sociedades anónimas. Cuando se trate de efectos tributarios, las acciones y valores no podrán ser negociadas en la bolsa, ni ser inscritas en el registro nacional de valores y emisores.

Constitución: El establecimiento comercial Stand GC será constituido por 2 personas naturales. Dicho esto, en el momento en que se inscriban en el registro mercantil, se conformará una persona jurídica diferente a sus accionistas. La constitución de la sociedad se realizará por medio de un contrato o acto unilateral, inscrito en el registro mercantil de la cámara de comercio del lugar en el cual se establezca el domicilio principal.

Responsabilidad De Los Accionistas: Los accionistas del establecimiento comercial de Stand GC responderán sólo hasta el límite de sus aportes. Sin importar la causa de la obligación, laboral, fiscal etc. Puede desestimarse su personalidad jurídica en caso de probarse que fue constituida para defraudar, (dicha estimación la dan las Super sociedades).

5.2. ASPECTOS LEGALES EN LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Documentos de constitución: el establecimiento comercial Stand GC deberá autenticar antes de la inscripción en el registro mercantil de la cámara de comercio. Cuando los activos de la sociedad sean bienes que requieran de escritura pública, la constitución de la sociedad debe inscribirse de la misma forma correspondiente.

Documentos que se deben tener

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.

- La razón social seguida de las palabras “Sociedad por acciones simplificada”, o de las letras SAS.
- El domicilio principal de la sociedad y de las sucursales que se establezcan en la constitución.
- El término de duración de la sociedad, si este no es establecido se entenderá que la sociedad, se consolidó por tiempo indefinido. Las facultades que esté deberán cumplir.
- Las actividades principales de la sociedad.
- El capital, la clase, el número y el valor de las acciones que representan el capital, la forma y términos de cómo estas deberán pagarse.
- La sociedad deberá tener como mínimo un representante legal, y así mismo se deberá estipular la información completa de este.

La sociedad se disolverá por

- Vencimiento del término establecido en los estatutos
- Imposibilidad de desarrollar el objeto social.
- Liquidación judicial.
- Causales previstas en los estatutos
- Voluntad de los accionistas, adoptada por la asamblea.
- Orden y autoridad competente.
- Pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad.
- La liquidación del patrimonio se realizará según el procedimiento de las sociedades de responsabilidad limitada.

Para el manejo contable y tributario son necesarias las siguientes leyes:

- Según Artículo. 317. Solo los Municipios podrán gravar la propiedad inmueble, Artículo. 363. El sistema tributario se funda en los principios de equidad, eficiencia y progresividad, Artículo. 53. Los contribuyentes pueden actuar ante la administración tributaria, personalmente o por medio de sus representantes o apoderados.

- Según Artículo. 555-1, Adicionado. Ley 49/90, Artículo. 56. Número de identificación tributaria, NIT.
- Según Artículo. 82. Cumplimiento de obligaciones. En el caso de los fondos comunes, fondos de valores o patrimonios autónomos, se entenderá cumplido el deber de presentar las declaraciones tributarias, cuando la declaración se haya efectuado por el fondo, o patrimonio autónomo, o por la sociedad que los administren.
- Según el artículo 72 de la ley 222 de 1995 trae los requisitos mínimos que debe contener el documento de constitución. Si alguno de estos requisitos faltare, la Cámara de Comercio de Pereira se abstendrá de inscribir el documento.

5.3. ASPECTOS LEGALES PROPIOS DE LA IDEA DE NEGOCIO TRÁMITES Y LICENCIAS DE STAND GC.

Solicitud visita Bomberos

Solicitud visita Sanidad Paz y Salvo SAYCO Y ACINPRO - Ley 23/82

El proyecto estará soportado por las siguientes leyes y normas reglamentarias, sobre la administración y organización de la empresa:

- Según la Ley 100 de 1993 en los Artículos 1º. Sistema de Seguridad Social Integral, Artículo 3º. Del Derecho a la Seguridad Social, Artículo 8º. Conformación del Sistema de Seguridad Social Integral, Artículo 9º. Destinación de los Recursos, Artículo 10º. Objeto del Sistema General de Pensiones, Artículo 11º. Campo de Aplicación.
- Según la Ley 1295 de 1994, el Artículo. 1º El sistema General de Riesgos Profesionales, el Artículo. 2º Objetivos del sistema general de riesgos profesionales.
- Según la Ley 776 de 2002, el Artículo. 1º Derecho a las Prestaciones. Para la protección de los recursos naturales se deben cumplir con la normatividad ambiental; para este tipo de empresa se cumplirá.

- Según la Ley 9 de 1979, De la Protección del Medio Ambiente, Artículo 1º. Para la Protección del Medio Ambiente, Artículo 3º. Para el control sanitario de los usos del agua, Artículo 11º. Antes de instalar cualquier establecimiento industrial, la persona interesada deberá solicitar y obtener del Ministerio de Salud o de la entidad en quien éste delegue, autorización para verter los residuos líquidos, Artículo 13º. Cuando por almacenamiento de materias primas o procesadas existe la posibilidad de que éstas alcancen los sistemas de alcantarillado o aguas.

5.4. RESPONSABILIDADES TRIBUTARIAS

- Según Artículo. 317. Solo los Municipios podrán gravar la propiedad inmueble, Artículo. 363. El sistema tributario se funda en los principios de equidad, eficiencia y progresividad, Artículo. 53. Los contribuyentes pueden actuar ante la administración tributaria, personalmente o por medio de sus representantes o apoderados.
- Según Artículo. 555-1, Adicionado. Ley 49/90, Artículo. 56. Número de identificación tributaria, NIT.
- Según Artículo. 82. Cumplimiento de obligaciones. En el caso de los fondos comunes, fondos de valores o patrimonios autónomos, se entenderá cumplido el deber de presentar las declaraciones tributarias, cuando la declaración se haya efectuado por el fondo, o patrimonio autónomo, o por la sociedad que los administren.
- Según el artículo 72 de la ley 222 de 1995 trae los requisitos mínimos que debe contener el documento de constitución. Si alguno de estos requisitos faltara, la Cámara de Comercio se abstendrá de inscribir el documento.

5.5. COSTOS RELACIONADOS CON LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

A través de un simulador de gastos, se identificaron los rubros legales de los que el establecimiento comercial de Stand GC deberá hacerse cargo según la ley establecida en el territorio colombiano.

Tabla 20 Gastos legales de la creación del gastro bar

CONCEPTO	COSTO
Cámara de comercio	\$ 106.000
Inscripción del RUT	Sin costo
Inscripción del RIT	Sin costo
Certificación manipulación de alimentos y seguridad de alimentos	\$ 17.500
Permiso de uso de suelo	Sin costo
Declaración de apertura del establecimiento.	\$ 6.500
Licencia de funcionamiento.	\$ 6.500
Registro de contribuyentes.	Sin costo
Concepto sanitario	Sin costo
SAYCO Y ACINPRO (control de música)	\$ 1.135.700
TOTAL	\$ 1.271.700

Nota 45 Elaboración propia

Análisis: Con los gastos identificados se puede deducir el valor de cada elemento que se necesita para legalizar los documentos que requiere el establecimiento, teniendo en cuenta que toda la información es veraz e investigada en las entidades correspondientes.

Inscripción en el RUT. El establecimiento comercial Stand GC deberá estar inscrito en el RUT (Registro Único Tributario).

Inscripción en el RIT. El establecimiento comercial Stand GC deberá estar inscrito en el Registro de Información Tributaria (RIT) a través del diligenciamiento del Formulario RIT Establecimiento de Comercio. Este formulario también permite realizar la actualización o clausura del establecimiento.

Certificado de manipulación de alimentos. Todos los empleados que manipulen alimentos en el establecimiento comercial de Stand GC deberán contar con el certificado y renovarlo anualmente.

6. ESTUDIO FINANCIERO

6.1. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

Para la inversión de activos fijos de oficina se hace un listado de los bienes muebles que se adquirirán para la mejora y adecuación del establecimiento comercial; esto en busca de la satisfacción de los clientes del mismo.

Tabla 21 Activos fijos

ACTIVOS FIJOS					
	ACTIVOS FIJO	Valor del Activo	Vida útil en años	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
COMUN ENTRE BARRA Y COCINA	REFRIGERADOR INDUSTRIAL	\$ 8.975.000	30	\$ 299.167	\$ 24.931
	FILTRO PARA EL AGUA	\$ 999.579	10	\$ 99.958	\$ 8.330
ACTIVOS FIJOS DE COCINA	PARRILLA Y FREIDORA	\$ 2.670.000	18	\$ 148.333	\$ 12.361
	LICUADORA	\$ 149.900	6	\$ 24.983	\$ 2.082
	OLLAS Y SARTENES	\$ 899.990	8	\$ 112.499	\$ 9.375
	CUBIERTOS (cucharas, cuchillos, tenedores)	\$ 560.000	6	\$ 93.333	\$ 7.778
	VAJILLAS (platos, vasos, pocillos.)	\$ 1.320.000	5	\$ 264.000	\$ 22.000
ACTIVOS FIJOS DE LA BARRA	LICUADORA INDUSTRIAL PARA COCTELERÍA	\$ 3.453.840	12	\$ 287.820	\$ 23.985
	CRISTALERÍA (compra anual)	\$ 4.800.000	1	\$ 4.800.000	\$ 400.000
	JUEGO DE COCTELERA	\$ 2.560.000	8	\$ 320.000	\$ 26.667
ACTIVOS FIJOS DE ADECUACION	2 SOFAS	\$ 6.200.000	10	\$ 620.000	\$ 51.667
	7 MESAS Y 24 SILLAS	\$ 10.000.000	15	\$ 666.667	\$ 55.556
	4 LAMPARAS	\$ 6.500.000	7	\$ 928.571	\$ 77.381
	MESON DE BARRA	\$ 1.500.000	15	\$ 100.000	\$ 8.333
	LUCES	\$ 4.500.000	15	\$ 300.000	\$ 25.000
	CAJA REGISTRADORA	\$ 1.200.000	10	\$ 120.000	\$ 10.000
	DECORACION GENERAL	\$ 2.900.000	10	\$ 290.000	\$ 24.167
	4 LAVAMANOS	\$ 12.000.000	15	\$ 800.000	\$ 66.667
ACTIVOS FIJOS DE OFICINA	3 ESPEJOS	\$ 900.000	6	\$ 150.000	\$ 12.500
	TELEVISOR	\$ 4.000.000	5	\$ 800.000	\$ 66.667
	ESCRITORIO	\$ 350.000	10	\$ 35.000	\$ 2.917
	SOFTWARD CONTABLE	\$ 2.000.000	5	\$ 400.000	\$ 33.333
	EQUIPO DE COMPUTO	\$ 2.500.000	5	\$ 500.000	\$ 41.667
		\$ 80.938.309		\$ 799.167	\$ 66.597

Nota 46 Elaboración propia

6.1.2. Inversión en intangibles

Para la inversión de activos intangibles se hace un listado de los bienes que se adquirirán para la mejora y adecuación del manejo del gastro bar; esto en busca de la satisfacción de los clientes y del personal del mismo.

Tabla 22 Inversión en intangibles

INVERSION DE INTANGIBLES	
publicidad	\$ 200.000
software contable	\$ 2.000.000
TOTAL	\$ 2.200.000

Nota 47 Elaboración propia

6.1.3. Inversión en Capital de trabajo

El capital de trabajo que se fijó para el proyecto de inversión Stand GC será de \$130.938.309 pues con este dinero se harán las correspondientes inversiones y gastos iniciales del primer mes desde la apertura del mismo.

El capital de trabajo se obtendrá de la siguiente forma

- Accionista principal con un aporte del 25%, \$32'734.577.
- Accionista secundario con un aporte del 25%, \$32'734.577.
- Crédito del banco Av. Villas con un 50%, \$65.469'155 a 24 meses.

6.2. Presupuesto de ingresos

Los ingresos que se obtendrán en el Gastro bar Stand GC, se hace un pronóstico de \$528'500.000 cada año según el reconocimiento que se obtuvo.

Tabla 23 Presupuesto de ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	
Precio de venta	\$ 100.000							
Ingresos		39.000.000	38.000.000	36.000.000	36.500.000	36.500.000	44.500.000	
		JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
		59.000.000	45.000.000	47.500.000	45.000.000	45.500.000	56.000.000	528.500.000

Nota 48 Elaboración propia

6.3. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

De la misma forma se pronostica que anualmente los costos y los gastos que se presentará el gastros bar serán de \$200'.830.000 aproximadamente

Tabla 24 Presupuesto de costos gastos

PRESUPUESTO DE COSTOS		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
Costo vari unit	\$ 38.000						
P. Costo		\$ 14.820.000	\$ 14.440.000	\$ 13.680.000	\$ 13.870.000	\$ 13.870.000	\$ 16.910.000
JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL	
\$ 22.420.000	\$ 17.100.000	\$ 18.050.000	\$ 17.100.000	\$ 17.290.000	\$ 21.280.000	200.830.000	

Nota 49 Elaboración propia

Tabla 25 Gastos fijos

GASTOS FIJO	
Carga laboral Administrador	2.904.865
Carga laboral Ventas	1.521.365
Carga laboral Ventas	1.521.365
barman	1.521.365
cajero	1.521.365
cocinero	1.521.365
guarda de seguridad	1.521.365
Papelería	80.000
Servicios	1.200.000
Aseo	200.000
dotación	1.500.000
publicidad	200.000
arriendo	4.300.000
Total G. Fijos mensuales	19.513.052

Nota 50 Elaboración propia

6.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

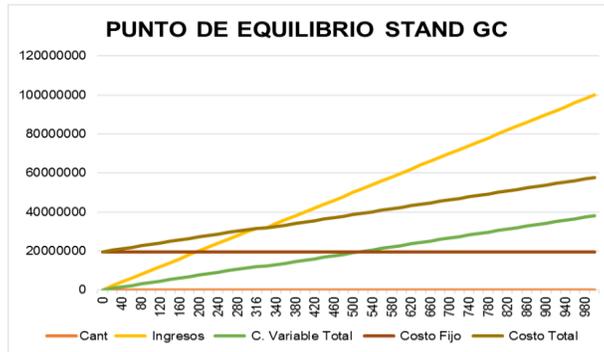
Para el establecimiento comercial de Stand GC se realiza el análisis que permite identificar el punto de equilibrio en ventas; lo que quiere decir que no hay pérdidas ni ganancias si se presentan 316 personas que consuman cócteles y sus acompañantes diariamente. Se toma como base este resultado para poder fijar diferentes metas mensuales según la estacionalidad en el tiempo.

Tabla 26 Punto de equilibrio

CONSUMO PROMEDIO DE UN CLIENTES	\$	100.000
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$	38.000
COSTO FIJO	\$	19.513.052
DEPRECIACION	\$	66.597
Total Gastos fijos	\$	19.579.649
PUNTO EQUILIBRIO Stand GC		316

Nota 51 Elaboración propia

Gráfico 14 Punto de equilibrio



Nota 52 Elaboración propia

6.4. FLUJO DE CAJA

6.4.2. Flujo de caja proyectado anual

En esta parte del estudio de factibilidad se pronostica haciendo referencia a las entradas y salidas que tendrá el establecimiento comercial para los próximos años después de la creación de Stand GC.

Tabla 27 Flujo de caja proyectado anual

FLUJO DE CAJA ANUAL					ANTERIOR	SIGUIENTE
INFLACION PRONOSTICO DE PRONOSTICO PR		10%	8%	9%	11%	11%
		\$ 100.000	\$ 110.000	\$ 121.000	\$ 133.100	\$ 146.410
INGRESOS	CONSUMO PROM INGRESOS	5.285	5.708	6.222	6.906	7.666
		528.500.000	627.858.000	752.801.742	919.170.927	1.122.307.702
COSTOS DE VENTA UNITARIO	PRECIO VARIABLE	\$ 38.000	\$ 41.800	\$ 45.980	\$ 50.578	\$ 55.636
FLUJO DE CAJA ANUAL		2024	2025	2026	2027	2028
		0				
INGRESOS						
Ingresos de ventas		\$ 528.500.000	\$ 627.858.000	\$ 752.801.742	\$ 919.170.927	\$ 1.122.307.702
Otros ingresos						
TOTAL INGRESOS		\$ 528.500.000	\$ 627.858.000	\$ 752.801.742	\$ 919.170.927	\$ 1.122.307.702
EGRESOS						
Costo de ventas		\$ 200.830.000	\$ 238.586.040	\$ 286.064.662	\$ 349.284.952	\$ 426.476.927
Depreciación		\$ 799.167	\$ 799.167	\$ 799.167	\$ 799.167	\$ 799.167
Gasto fijos (Salarios, etc)		\$ 234.156.624	\$ 257.572.287	\$ 283.329.515	\$ 311.662.467	\$ 342.828.714
Gastos financieros (intereses)		\$ 20.560.903	\$ 8.446.668			
TOTAL EGRESOS		\$ 456.346.694	\$ 505.404.162	\$ 570.193.344	\$ 661.746.586	\$ 770.104.807
Utilidad antes de impuestos		\$ 72.153.306	\$ 122.453.838	\$ 182.608.398	\$ 257.424.341	\$ 352.202.895
Impuesto 35%		\$ 25.253.657	\$ 42.858.843	\$ 63.912.939	\$ 90.098.519	\$ 123.271.013
Utilidad después de impuesto		\$ 46.899.649	\$ 79.594.995	\$ 118.695.459	\$ 167.325.822	\$ 228.931.882
Depreciación		\$ 799.167	\$ 799.167	\$ 799.167	\$ 799.167	\$ 799.167
Menos amortizacio		\$ 26.677.460	\$ 38.791.695			
INVERSION:						
Activos Fijos		-\$ 80.938.309	\$ 4.800.000	\$ 4.800.000	\$ 4.800.000	\$ 4.800.000
Capital de trabajo		-\$ 50.000.000				
FLUJO DE CAJA NETO		-\$ 130.938.309	\$ 21.021.356	\$ 41.602.467	\$ 119.494.625	\$ 168.124.988
		\$ 229.731.048				

NOTA 53 Elaboración propia

6.5. EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera pronosticada para el gastro bar Stand GC refleja buenos resultados, pues la tasa interna de retorno es de 50,1% que triplica las expectativas de los inversores del 13,90%; esto deja ver claramente que estudio de la factibilidad para inversión del gastro para el año 2024 en adelante es completamente realizable con la obtención de éxito seguro; además de esto, el valor presente neto muestra que esta inversión genera una rentabilidad aceptable para un establecimiento en surgimiento, con esto se tiene en cuenta que la inversión se recuperará en 3 años, 9 meses y 9 días según el cálculo de la PRI.

Tabla 28 Evaluación financiera

EVALUACION FINANCIERA	
TIO	13,90%
VNA	\$ 351.125.382
VPN	\$ 220.187.073
TIR	50,1%
TIRM	38,74%
PRI	3 años 9 mes y 9 dias

Nota 54 Elaboración propia

6.6. ANÁLISIS DE RIESGOS

Para el estudio de factibilidad presente muestra la gestión y disminución de los riesgos que son una de las partes principales y fundamentales para la formación y dirección del gastro bar; esto debido a que es vital en el proceso de toma de decisiones y ejecución de actividades que se desarrollaran con el pasar del tiempo en el establecimiento comercial Stand GC. Para este nuevo proyecto se analizarán una serie de riesgos que puedan llegar a surgir, estos pueden ser de infraestructura, equipamiento e instalaciones, formación, suministros y gastos financieros, entre otros.

Tabla 29 Análisis de riesgos

ANÁLISIS DE RIESGOS DE STAND GC		
RIESGO	DETALLE	TIPO DE RIESGO
Personal capacitado	Dificultad en encontrar personas capacitadas y con experiencia en el rubro gastronómico, de forma específica en la puesta en marcha del proyecto.	Riesgo de Personal
Financiamiento	Para el local comercial de Stand GC que requiere una inversión significativa para su habilitación, ambientación, operación del negocio y la solvencia financiera implica la gestión de financiamiento con terceros.	Riesgo Financiero
Insumos decalidad	Dificultad para asegurar el aprovisionamiento de insumos, de forma específica, "perecibles" teniendo como base en la preparación de los diversas bebidas platos que se ofrecerán en el establecimiento comercial.	Riesgo de Imagen y Financiero.
Declive del Sector económico, local y turístico	Durante el ultimo periodo el país ha sufrido diferentes facetas económicas comparadas con el mercado internacional, por otra parte, el declive económico afecta de manara directa el turismo, y por ende las ventas en le sector.	Riesgo Financiero
Demanda y estacionalidad del negocio	Un establecimiento comercial como Stand GC puede verse afectado por la estacionalidad de clima y fechas específicas en donde se conmemoran diversos eventos locales y de las propias empresas.	Riesgo Financiero

Nota 55 Elaboración propia

7. EVALUACIÓN AMBIENTAL, ECONÓMICA Y SOCIAL

La evaluación económica y social que es una herramienta que permite el conocimiento de los diferentes riesgos por los que se podría incurrir como establecimiento comercial; para ellos se identifica cada uno de estos factores y se les da una posible solución futura.

Tabla 30 Evaluación ambiental, económica y social

EVALUACIÓN AMBIENTAL, ECONÓMICA Y SOCIAL				
ASPECTOS	EXTERNALIDADES	Positivo Marque ✓	Negativo Marque ✓	Planes de Mitigación Impacto negativo
ECONOMICA Y SOCIAL	Cambios Culturales en el entorno social		✓	Campañas de sensibilización a las comunidades para mantener y procesos culturales propios de la región de la ciudad y del norte de Santander. Apoyando las fiestas típicas e impartir la cultura dentro del mismo
	dar a conocer la cultura del norte de Santander	✓		N/A
	aumento del PIB y flexibilidad financiera.	✓		N/A
	Generación de nuevos empleos	✓		N/A
	mejora en la economía fusagasugueña	✓		N/A
	incorporación de bebidas y comidas típicas del norte de Santander	✓		N/A
	oferta de nuevas experiencias a la población fusagasugueña y a sus visitantes	✓		N/A
	identidad fusagasugueña		✓	campañas de apropiación cultural de la región del Sumapaz y del norte de Santander
EVALUACION AMBIENTAL	innovación y consolidación de la marca podría ser generante del aumento en el turismo en la ciudad.	✓		N/A
	contaminación del agua con aceite de cocina, jabón, t diversos químicos de limpieza y materia orgánica proveniente de los sanitarios.		✓	convenio con entidades encargadas de la recolección de aceites y la adquisición de manual de uso de químicos de limpieza, además de adquirir productos amigables con el planeta
	agotamiento del recurso hídrico.		✓	campañas de un buen manejo del recurso en las diferentes áreas del establecimiento comercial según el uso que pueda darse.
	contaminación auditiva		✓	controlar los decibeles generados en el establecimiento teniendo como base los permitido por la Resolución 0627 de 2006 que son de 60 decibeles dB(A) en la noche y 70 dB(A) en el día.
	descomposición de residuos sólidos provenientes de la cocina y del bar		✓	elaborar un correcto cronograma de compra de frutas, verduras y carnes para evita sus descomposición dentro del establecimiento
	tratamiento de los desechos		✓	fomentar medidas para la separación de los residuos (cartón, papel, latas de aluminio, residuos orgánicos, plásticos, vidrio, etc.) para su reciclado.
	uso del recurso energético		✓	campañas de un buen manejo del recurso en las diferentes áreas del establecimiento comercial según el uso que pueda darse.

Nota 56 Elaboración propia

CONCLUSIONES

Con la correcta investigación se logró determinar las condiciones necesarias con las que debe cumplirse para la creación de un gastro bar que comercialice cócteles y comida típica del Norte de Santander; como son el tipo de cliente, la mejor ubicación, precios adecuados a la economía del sector, las preferencias en gusto y la capacidad de adquirir nuevos conocimientos por parte de esta región. Además, se tiene conocimiento de la normatividad para el desarrollo de este proyecto en el presente estudio de factibilidad.

Se realizaron diferentes estudios pertinentes del mercado en Fusagasugá para poder determinar la oferta, demanda y competencia directa del gastro bar Stand GC, teniendo resultados positivos en la búsqueda de información; se conocen diferentes aspectos de la competencia como lo son nombres y precios de los productos, horarios de funcionamiento y si tienen o no valor agregado. Así mismo, se establece el correcto desarrollo de la empresa además de la construcción de diversas normativas del marco legal vigente para el territorio colombiano. Con toda la información recolectada en los demás estudios se diseñó un plan exitoso de operación del producto a ofrecer de la forma más competitiva posible definiendo la base empresarial hasta llegar al cálculo de las adecuaciones generales del gastro bar.

Después del pertinente cálculo de los flujos de caja del estudio tanto mensual como anualmente, el presupuesto y la evaluación de la viabilidad financiera del gastro bar Stand GC se determinó que este estudio de factibilidad fue completamente efectivo, pues se sabe qué se necesita para el correcto funcionamiento del establecimiento, que es completamente factible y viable su creación gracias a que ofrece un valor agregado en sus productos, además de brindar conocimiento y empleo en la ciudad de Fusagasugá. Así mismo, se evaluó la viabilidad y el impacto ambiental, económico y social del gastro bar Stand GC en el sector con el fin de conocer el impacto del proyecto en las diferentes áreas y plantear estrategias que minimicen los posibles daños que puedan causarse.

RECOMENDACIONES

El gastro bar Stand GC se caracteriza por ser único en todo aspecto, desde los productos ofertados hasta la propuesta de negocio, se recomienda que para la creación y manejo del mismo sea de forma adecuada y legal tanto con el gobierno nacional como a los posibles clientes, teniendo en cuenta que gracias a este tipo de espacios se le permiten a la comunidad poder encontrarse con ellos mismos o con su núcleo social, además de esto es importante que los impactos que pueda generar el establecimiento como la contaminación de desechos tóxicos, auditivos y visuales puedan ser en la menor cantidad posible; además ayudar con diferentes técnicas que mitiguen este tipo de situaciones como o es campañas de reforestación, reciclaje, convenios con empresas que se encarguen de darle un nuevo manejo a este tipo de desechos.

El establecimiento comercial stand GC tras la realización de los pronósticos se puede ver un crecimiento importante con los años, por eso es vital que también con el tiempo se puedan plantear diferentes estrategias para establecer nuevos puntos de venta o verificar nuevas formas de comercialización o distribución.

ANEXOS

ENCUESTA STAND GC

Stand GC es un proyecto de Investigación, enfocado en la creación y factibilidad de un establecimiento donde se comercialicen cócteles frutales artesanales a base de anís, además de sus acompañantes pasabocas inspirados en el norte de Santander. Dentro del establecimiento comercial se tendrá en cuenta una perspectiva diferente en cuanto a la ambientación, pues este se enfocará principalmente a dar a conocer a la población Fusagasugueña la cultura de la región; mostrando, los trajes típicos, historia, comida típica, agricultura, y arte.

El objetivo de esta encuesta, es conocer el punto de vista de la población objetivo (mayores de 18 años) de Fusagasugá, y de esta manera poder entender y recopilar información importante para el futuro del proyecto.

PREGUNTAS:

1. Género
 - Masculino
 - Femenino
2. ¿Estaría dispuesto a probar cócteles frutales artesanales?
 - Si
 - No
 - Probablemente
3. ¿Le Gustaría visitar un establecimiento comercial en Fusagasugá, que tenga una temática diferente con bebidas artesanales frutales y gastronomía del Norte de Santander?
 - Si
 - No
 - ¿Por qué?
4. ¿Con qué frecuencia asiste a establecimientos a consumir bebidas artesanales frutales?
 - 1 vez a la semana
 - 2 veces a la semana
 - 1 vez al mes
 - Casi nunca
5. ¿Seleccione cuánto estaría dispuesto a pagar por un cóctel frutal artesanal?
 - \$ 10.000 - \$ 15.000
 - \$ 20.000 - \$ 25.000
 - \$ 30.000 - \$ 32.000
 - \$ 35.000 - \$ 38.000
6. ¿Qué sabores le gustaría probar en los cocteles artesanales?
 - Fresa
 - Mora
 - Café

- Maracuyá
- Limón
- Corozo
- Coco

7. Basándose en el Plan de Ordenamiento Territorial, De los siguientes, ¿dónde cree usted que es adecuado para el funcionamiento del Stand GC?

- Sector La Querencia
- Avenida calle 22
- Otra

8. Según la normatividad del municipio de Fusagasugá este tipo de establecimientos cuentan con un límite de tiempo. ¿Con respecto a esto que horario le parece más adecuado?

- 4:00 pm - 3:00 Am
- 5:00 PM - 3:00 am
- 7:00 pm - 4:00 am
- 9:00 pm - 2:00 am

9. ¿Cuál es el medio de pago que más usa?

- Daviplata
- Nequi
- Tarjeta débito o crédito
- Efectivo

EVIDENCIA DE REALIZACIÓN DE ENCUESTAS

Ilustración 14 -Evidencias de realización de encuestas



Nota 57 Elaboración propia

BIBLIOGRAFÍA

- BECERRIL Reza, F. Ciencia metodología e investigación: Métodos de investigación. 1ra ed. México, D.F: Pearson Educación, 1997. P 93-100
Tomado de:
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=m6PGnYBaW2oC&oi=fnd&pg=PA19&dq=metodologia+de+investigacion&ots=Qf2fqltvHr&sig=iSnBPGsdwcD0L8vxmUQtHmGsp8#v=onepage&q=metodologia%20de%20investigacion&f=false>
- FOOD NEWS LATAM. Bebidas latam (03-diciembre- 2018) Noticias de bebidas para América latina <https://www.bebidaslatam.com/>
- ASOBARES. (2017). Asociación de bares de Colombia. Recuperado de <https://asobares.org/nosotros/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Lucio, M. Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill, 2006
- Cámara de Comercio de Bogotá. Versión digital disponible <http://www.ccb.org.co>.
- Cámara de comercio de Bogotá. Guía 1 RM. constitución de una sociedad por acciones simplificada (sas). Bogotá Colombia, despoblé [file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/guia_nro1_Constitucionsociedadporaccionessimplificada\(SAS\).pdf](file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/guia_nro1_Constitucionsociedadporaccionessimplificada(SAS).pdf)
- República de Colombia. Congreso de la República. Ley 1258 de 2008. “Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada”. Versión digital disponible en, <http://www.supersociedades.gov.co/Web/Leyes/LEY%201258%20DE%202008%20SAS1.htm>.
- Cámara de Comercio de Bogotá. Versión digital disponible <http://www.ccb.org.co>. (septiembre de 2022)

- Lorca, M. (18 de julio 2020) El origen del gin-tonic: una excusa para luchar contra la malaria, *BBC News mundo*. disponible en <https://www.bbc.com/mundo/noticias-53408271>
- Gomez, D. (3 de noviembre del 2020) El cura que inventó la primera gaseosa. <https://www.larazon.es/ciencia/20200814/33gazvew55c57kvkbnhsrpyd4y.html>
- S.A. (27 de noviembre del 2017) LOS ORÍGENES DEL CÓCTEL: CÓMO SE ACUÑÓ EL TÉRMINO <https://es.brockmansgin.com/blog/los-origenes-del-coctel/> .
- Alicante, N El blog de Nic [blog] Los secretos apasionantes del mundo de la coctelería (sin fecha) [consultado el 30 de marzo del 2023] disponible en <https://nicalicante.com/2017/03/25/historia-del-whisky/>
- Juarez, C (7 de mayo del 2023) Mixología molecular: ciencia al servicio de las bebidas <https://thefoodtech.com/tendencias-de-consumo/mixologia-molecular-ciencia-al-servicio-de-las-bebidas/>
- Velasteguí, L., Vanga, M., & Velasteguí, J. (2019). CONJUNTO HABITACIONAL DE INTERÉS SOCIAL PARA EL BARRIO SAN ANTONIO EN RIOBAMBA. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*, (7), 40-57. http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2550-67222019000100040