

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		i(209)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	KATERIN CABALLERO CARVAJALINO
FACULTAD	DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
PLAN DE ESTUDIOS	ADMINISTRACION DE EMPRESAS
DIRECTOR	CARLO FERNANDO D'VERA PÉREZ
TÍTULO DE LA TESIS	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ CRISTIANO EVANGÉLICO EN LA CIUDAD DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER

RESUMEN

(70 palabras aproximadamente)

EL ESTUDIO DE MERCADOS ARROJA UNA ACEPTABILIDAD DEL 90%. SE PUDIERON IGUALMENTE CONDENSAR LAS CARACTERÍSTICAS QUE LOS CLIENTES CONSIDERAN INDISPENSABLES DENTRO DEL SERVICIO, LAS CUALES SON: LA COMODIDAD, EL AMBIENTE Y ESPACIO ACOGEDOR, ASÍ COMO LA AGILIDAD EN LA ATENCIÓN. LA GAMADE BIENES Y SERVICIOS OFERTADOS SE MUESTRA AMPLIA Y NOVEDOSA. LOS PRECIOS SE PROYECTARON TENIENDO UN MARGEN DE UTILIDAD DEL 50%. SE TOMÓ UN CANAL DE DISTRIBUCIÓN DIRECTO POR SER EL MÁS ACONSEJABLE PARA EL TIPO DE NEGOCIO Y LAS ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD ESTARÁN ENFOCADAS EN MAYOR FUERZA EN LAS REDES SOCIALES Y TV LOCAL POR PETICIÓN DE LOS ENCUESTADOS.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 209	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM: 1
--------------	---------	----------------	-----------



VÍA ACOLSURE, SEDE EL ALGODONAL OCAÑA N. DE S.
Línea Gratuita Nacional 018000 121022 / PBX: 097-5690088
www.ufps.edu.co



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ CRISTIANO
EVANGÉLICO EN LA CIUDAD DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER**

AUTOR:

KATERIN CABALLERO CARVAJALINO

Trabajo de grado presentado para obtener el título de Administradora de Empresas

Director

CARLO FERNANDO D'VERA PÉREZ

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Ocaña, Colombia

Abril de 2016

Índice

<u>Capítulo I: Estudio De Factibilidad Para La Creación De Un Café Cristiano Evangélico En La Ciudad De Ocaña Norte De Santander</u>	16
<u>1.1 Planteamiento del problema</u>	16
1.1.1 Formulación del problema.....	19
1.2 OBJETIVOS.....	19
1.2.1 Objetivo General.....	19
1.2.2 Objetivos Específicos.....	19
<u>1.3 Justificación</u>	20
<u>1.4 Delimitaciones</u>	21
1.4.1 Conceptual.....	21
1.4.2 Operativa.....	21
1.4.3 Temporal.....	21
1.4.4 Geográfica.....	21
 <u>Capítulo 2: marco referencial</u>	 22
<u>2.1 Marco histórico</u>	22
2.1.1 Historia de las cafeterías a nivel local.....	25
<u>2.2 Marco conceptual</u>	25
2.2.1. Estudio de factibilidad.....	25
2.2.2 Factibilidad. Aspectos básicos.....	28
2.2.3 Cafetería.....	31
<u>2.3 Marco teórico</u>	34
2.3.1 Teoría de la empresa.....	34
2.3.2 Teoría del proceso administrativo.....	35
2.3.3 Teoría del valor del trabajo.....	36
2.2.4 Teoría clásica de la ventaja absoluta.....	37
<u>2.4 Marco contextual</u>	38
<u>2.5 Marco legal</u>	40
2.5.1 Normatividad vigente para el emprendimiento en Colombia.....	40
2.5.2 Legislación Sanitaria.....	47
2.5.3 Ley 57 de 1887. Código Civil.....	52
 <u>Capítulo 3: Diseño metodológico</u>	 53
<u>3.1 Tipo de investigación</u>	53
<u>3.2 Población</u>	53
<u>3.3 Muestra</u>	54
<u>3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de la información</u>	56
 <u>Capítulo 4. Resultados</u>	 57
<u>4.1 Estudio de mercados</u>	57
4.1.1 Encuesta dirigida a los habitantes cristianos evangélicos de Ocaña, Norte de Santander.....	58
4.1.2 Descripción de Kyrios Coffee.....	66
4.1.3 Descripción del producto.....	66

4.1.4 Descripción de la demanda.....	68
4.1.5 Descripción de la oferta.	69
4.1.6 Determinación de precios.	70
4.1.7 Determinación de canales de prestación del servicio.....	74
4.1.8 Diseño publicidad y promoción.....	74
4.1.8.1 Objetivo publicitario.....	75
<u>4.2 Estudio técnico.....</u>	77
4.2.1 Localización de la empresa.....	77
4.2.1.1 Macro localización.....	77
4.2.1.2 Micro localización.....	77
4.2.2 Tamaño del proyecto.....	77
4.2.3 Ingeniería del proyecto.....	77
4.2.3.1 Datos del producto.....	78
4.2.3.2 Identificación y selección del proceso.	78
4.2.4 Requerimientos físicos.....	82
4.2.4.1 Inversión en propiedad planta y equipo.....	82
4.2.4.2 Equipos de computación y comunicación.	82
4.2.5 Proveedores e insumos.	83
<u>4.3 Estudio administrativo y legal.....</u>	86
4.3.1 Misión.....	86
4.3.2 Visión.....	87
4.3.3 Objetivos.....	87
4.3.3.1 Objetivo general.....	87
4.3.3.2 Objetivos específicos.....	87
4.3.4 Principios y valores corporativos.	88
4.3.5 Políticas.....	90
4.3.6 Estrategias.....	91
4.3.7 Estructura organizacional.....	93
4.3.7.1 Organigrama.	94
4.3.7.2 Descripción de las áreas.	94
4.3.8 Sistemas de dirección administrativa.....	95
4.3.8.1 Motivación.....	96
4.3.8.2 Liderazgo.	96
4.3.8.3 Toma de decisiones.....	97
4.3.8.4 Comunicación.....	97
4.3.9 Sistemas de control.....	97
4.3.9.1 Control preliminar.....	97
4.3.9.2 Control concurrente.....	98
4.3.9.3 Control de retroalimentación.....	98
4.3.10 Manual de funciones.....	98
4.3.11 Reglamento interno.....	105
4.3.12 Prendas de Trabajo – Dotación.....	121
4.3.13 Capacitación.....	121
4.3.14 Salud Ocupacional.....	123
4.3.14.1 Política de salud ocupacional.....	124
4.3.14.2 Factores de riesgo.	125

4.3.15 Estudio legal.....	129
4.3.15.1 Tipo de Sociedad.....	129
4.3.15.2 Proceso de constitución y matrícula.....	130
<u>4.4 Estudio financiero</u>	136
4.4.1 Inversión inicial.....	136
4.4.2 Gastos.....	138
4.4.2.1 Gastos de personal.....	138
4.4.2.2 Gastos de constitución.....	138
4.4.2.3 Gastos generales mensuales.....	138
4.4.3 Ingresos.....	139
4.4.4 Capital de Trabajo.....	140
4.4.5 Depreciación.....	140
4.4.6 Balance Inicial.....	141
4.4.7 Estado de Resultados.....	142
<u>4.5 Estudio económico</u>	145
4.5.1 Valor Presente Neto (VPN)	145
4.5.2 Valor Actual Neto (VAN)	145
4.5.3 Razón Costo Beneficio (RCB)	146
4.5.4 Tasa Interna de Retorno (TIR)	147
<u>4.6 Estudio ambiental y social</u>	149
4.6.1 Impacto ambiental.....	149
4.6.2 Impacto social.....	150
Capítulo 5: <u>Conclusiones</u>	152
Capítulo 6: <u>Recomendaciones</u>	153
Capítulo 7: <u>Referencias</u>	154
Capítulo 9: <u>Apéndices</u>	156

Lista de cuadros

Cuadro 1. Matriz de atención al cliente	90
Cuadro 2. Estado de resultados proyectado	164

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Población por congregación	51
Tabla 2. Personas a encuestar por iglesia	52
Tabla 3. Número de cristianos evangélicos que demandan el servicio de Kiryos Coffee, población total	66
Tabla 4. Oferta	67
Tabla 5. Lista de precios	68
Tabla 6. Maquinaria y equipo	79
Tabla 7. Proyección gastos de personal	134
Tabla 8. Proyección de gastos mensuales	135
Tabla 9. Proyección de gastos totales	135
Tabla 10. Número de clientes atendidos	136
Tabla 11. Ingreso económico mensual y anual	136
Tabla 12. Fondo de depreciación	137
Tabla 13. Flujo de caja	139
Tabla 14. Equipos de computación y comunicación	167
Tabla 15. Equipo de oficina	167

Tabla de figuras

	Pág.
Figura 1. Frecuencia de visitas mensual a un café	55
Figura 2. Cafeterías visitadas con más frecuencia	56
Figura 3. Motivación para visitar una cafetería	57
Figura 4. Número de acompañantes con los que visita la cafetería	57
Figura 5. Bebidas consumidas con mayor frecuencia	58
Figura 6. Comidas de preferencia	58
Figura 7. Promedio de consumo	59
Figura 8. Servicios considerados los más importantes	60
Figura 9. Aceptación de la idea de negocio: Café cristiano	60
Figura 10. Preferencia de ubicación del Café	61
Figura 11. Medios publicitarios de preferencia	62
Figura 12. Canales de prestación del servicio	71
Figura 13. Mapa de proceso para la operación diaria	78
Figura 14. Organigrama	91

Resumen

El siguiente estudio nace de la necesidad de tener un espacio de integración para cristianos evangélicos en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

El proceso del proyecto se lleva a cabo con la metodología estipulada para los estudios de factibilidad evaluando cada uno de los seis factores que lo complementan, como son: el de mercados, técnico, administrativo y legal, financiero, económico y, ambiental y social.

El estudio de mercados arroja una aceptabilidad del 90%. Se pudieron igualmente condensar las características que los clientes consideran indispensables dentro del servicio, las cuales son: la comodidad, el ambiente y espacio acogedor, así como la agilidad en la atención. La gamade bienes y servicios ofertados se muestra amplia y novedosa. Los precios se proyectaron teniendo un margen de utilidad del 50%. Se tomó un canal de distribución directo por ser el más aconsejable para el tipo de negocio y las estrategias de publicidad estarán enfocadas en mayor fuerza en las redes sociales y tv local por petición de los encuestados.

El estudio técnico se logró determinar cuál era la maquinaria y equipos necesarios para el buen funcionamiento de la empresa, sin sobre evaluar los costos de inversión.

El desarrollo del estudio administrativo y legal refleja toda una conformación formal de una empresa que cumple con todos los requisitos de ley.

A través del estudio financiero y económico se comprueba la viabilidad del proyecto con una TIR de 23,11% lo suficientemente alta y llamativa para cualquier inversionista.

Y por último, pero no menos importante, el estudio social y ambiental denotó el impacto de la creación del café cristiano como fortaleza para los valores cristianos y sociales, tan precarios en la actualidad. De igual forma, se provee un espacio de integración familiar y un refrigerio espiritual.

Introducción

El ser humano por naturaleza es un ser social. A diario se hace necesaria la comunicación y la convivencia entre personas. Los cristianos, de igual forma, no sólo deben congregarse, sino apoyarse, exhortarse y amarse los unos a los otros.

Por tal razón, se requiere tener un lugar de reunión social y espiritual, dónde alimentar el alma y el espíritu. En pro de ello, se propone la creación de un Café cristiano evangélico en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

Dicha propuesta se trabajó bajo la estructura de un proyecto de factibilidad, en búsqueda de estudiar detalle a detalle cada aspecto de mercadeo, técnico, administrativo, legal, financiero, económico, ambiental y social.

Finalmente, realizados todos los estudios pertinentes se concluyó que el estudio es viable.

Capítulo I: Estudio De Factibilidad Para La Creación De Un Café Cristiano

Evangélico En La Ciudad De Ocaña Norte De Santander

1.1 Planteamiento del problema

El cristiano es aquel hombre que ha creído en Cristo como ese salvador y redentor de la humanidad. En esta doctrina existe el cristianismo católico y el cristiano evangélico o protestante, estos dos tienen distintas creencias y maneras de vivir. El católico centra su vida en las creencias establecidas por la Iglesia Católica y ciertas de ellas son basadas en la Biblia, algunas de sus doctrinas Jones Rick (2013) se centran en la eucaristía que les guarda del pecado, creen que María fue siempre virgen viéndola como salvadora fuente de santidad y reina del universo; creen en el purgatorio, en la veneración a las imágenes, la oración a los santos y la oración por los muertos. En cambio la doctrina protestante gira en torno a la idea de que la Biblia es la única autoridad en materia de fe para la Iglesia y en la necesidad absoluta de la gracia de Dios para que el hombre, mediante la sola fe en Cristo y el Evangelio, pueda ser salvado por Dios en un acto de conversión interior. El protestantismo también defiende las doctrinas de la absoluta depravación del hombre y su necesidad total de Dios, la sola mediación de Cristo, la sacra mentalidad única del bautismo y la cena del Señor (cuando no son percibidos como símbolos), y las obras buenas como fruto de la fe.

El cristianismo evangélico es una cultura diferente, con un estilo de vida en el cual se centra en dejar a un lado todo lo impuro “Pues Dios nos salvó y nos llamó a una vida santa, no por nuestras propias obras, sino por su propia determinación y gracia...”(2da Timoteo 1:9) Dios

manda al hombre a que lleve una vida de santidad dado a que Él es santo, por lo que sus hijos tienen que tratar de seguir ese ejemplo *“Más bien, sean ustedes santos en todo lo que hagan, como también es santo quien los llamó; pues está escrito: «Sean santos, porque yo soy santo”* (1 Pedro 1:15-16 La Santa Biblia).

La vida del cristiano evangélico trata al máximo en que sea agradable para aquel que lo Salvó de una vida de amargura, soledad, y felicidad temporal, Jesucristo. Estos ponen toda su esperanza y fe en ese Dios todo poderoso que hace lo imposible por amor a sus hijos. El cristiano evangélico busca cada día santificarse, ser mejor Hijo para su Padre Celestial, buscando también compartir esa experiencia de una vida nueva con los demás queriendo que estos puedan llegar a experimentar el amor de Dios y la transformación a un “Hombre Nuevo en Cristo”. La vida del cristiano está fundamentada en imitar la vida de Cristo, en el servicio de los demás y el mostrar a todas las personas una vida llena de gozo, paz, tolerancia y otros principios bíblicos.

Partiendo de la base que para el Cristiano Evangélico la vida se centra en la santidad (*El término heb. kadosh significa puro, física, ritual y, especialmente, moral y espiritualmente. En ocasiones se debe traducir separado, puesto aparte, consagrado (cfr. Lucas 2:23 , citando a Exodo 13:2)*). y en imitar la vida de Cristo, estas personas experimentan a diario una lucha constante ,en donde se les dificulta llevar una vida de acorde a sus creencias, ya que su doctrina considera que el mundo que los rodea promueve el sexo, el alcohol, las drogas, las inmoralidades, las palabras obscenas y todo aquello que va en contra de todo lo bueno, lo agradable ante los ojos de Dios, y que desafortunadamente en el mundo de los negocios se promueve en la mayoría de los casos.

Una de las formas de promocionar todo este consumismo hacia todo lo mencionado anteriormente se hace a través de la publicidad subliminal inmersa en la música, publicidad, propagandas y programas de televisión, en donde se manipula la mente de las personas, para que estas consuman o adquieran sus productos. Según CHRISTIAN SCIENCE MONITOR “La verdadera amenaza para una sociedad libre es que tales inventos de control del pensamiento - o modificación conductual, como la llaman sus productores - sean tolerados... Esta técnica es una invasión al pensamientos, que podría usarse con fines políticos o de opresión...”. Esta clase de publicidad hace que el individuo actúe de manera inconsciente. La publicidad crea o excita las necesidades, los deseos, las pasiones y minimiza los esfuerzos necesarios del individuo para satisfacerlos. En un artículo realizado por Yunier Broche Pérez y Patricia Gil Pérez, afirman que “La publicidad sólo es eficaz cuando existe el germen de un deseo o de una opinión común, de forma consciente o inconsciente, en cada uno de los individuos a los que se dirige. Algunos de los mensajes y los valores más recurrentes en estos medios son: Culto al cuerpo y a la belleza, mercantilización del sexo y violencia sexual, sexismo: Degradación y frivolidad en la imagen que presenta de la mujer como objeto erótico-escaparate, apología de la violencia como conducta plausible y efectiva. La violencia como un hecho cotidiano, Trivialización de la muerte”, entre otras cosas.

El planteamiento hecho anteriormente, significa que para el cristiano evangélico estos ambientes que en vez de ayudar al mejoramiento del ser humano, conllevan a su misma degradación, dejando atrás los valores, los principios y su misma dignidad.

No se puede hablar que todas las empresas aplican prácticas sostenidas en el planteamiento anteriormente hecho, pero para el cristiano evangélico la mayoría de establecimientos que brindan espacios de diversión e interacción social son ambientes diferentes a su estilo de vida. Aunque existen empresas que brindan espacios sanos en los cuales estos pueden interactuar, no es un espacio acondicionado a este grupo de población en donde su entorno manifieste sus creencias y principios.

En Ocaña N.S, no existen lugares para las personas cristianas evangélicas, ya que la mayoría de sus habitantes son de creencias distintas con un estilo de vida totalmente diferente a los que estos tienen, por tanto los establecimientos comerciales están enfocados en satisfacer las necesidades de la mayoría. Aunque el cristianismo evangélico ha tenido un gran crecimiento en Ocaña, no se cuenta con establecimientos los cuales le proporcionen a esta población un espacio en donde puedan interactuar y poder así satisfacer la necesidad de tener un lugar educado de acuerdo a sus costumbres y creencias.

1.1.1 Formulación del problema. ¿Es factible la creación de un café cristiano evangélico en la ciudad de Ocaña Norte de Santander?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General. Formular un estudio de factibilidad para la creación de un Café Cristiano Evangélico en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

1.2.2 Objetivos Específicos. Realizar un estudio de mercados para conocer las características del servicio, la demanda esperada, oferta, precios, canal de distribución y estrategias de publicidad.

Desarrollar un estudio administrativo y legal que determine la estructura funcional y los aspectos necesarios para el buen funcionamiento de la empresa.

Elaborar un estudio técnico donde se analice la infraestructura, ubicación, tamaño, proceso de prestación del servicio, insumos y personal adecuado para el funcionamiento diario del establecimiento.

Desarrollar un estudio financiero en el cual se proyecten los ingresos, costos y gastos de operación del café.

Hacer una evaluación económica para determinar la rentabilidad, del proyecto a través de los indicadores financieros TIR, VPN y RCB.

Determinar el impacto social y ambiental que tendrá el café en la comunidad Cristiana Evangélica y población Ocañera en general.

1.3 Justificación

El ser humano es sociable por naturaleza, tiene una constante interacción con distintos seres humanos. Por lo general, se asocia en su gran mayoría con personas o con un grupo de personas que les produzca empatía y afinidad con sus características físicas, emocionales, culturales, religiosas entre otras, lo cual le permita sentirse cómodo e identificado. Héctor Pauchard Hafemann afirma que “la vida en grupos contribuye enormemente a unificar a sus miembros, dándoles características similares en su forma de actuar... El grupo es consubstancial al ser humano...un necesitar a otros e integrarnos a grupos donde encontraremos compañía y seguridad”. Los seres humanos interactuamos en todo tiempo y en todo lugares ya sean en un café, un restaurante, un cine, bares, iglesias, universidades, etc. Uno de estos lugares es el Café que hace referencia a un establecimiento de hostelería donde se sirven aperitivos y comidas, generalmente platos combinados y no comida caliente propiamente dicha. En donde las personas van a pasar un rato agradable y social con otras personas mientras consumen alguna bebida o comida.

En este orden de ideas, las personas que tienen una religión en este caso los Cristianos evangélicos, necesitan un espacio o establecimientos para interactuar con personas de su mismo grupo de creencia y que sea diferente al ambiente que les brinda su congregación, para compartir un momento agradable donde se pueda conversar, tomarse un café, escuchar música cristiana, no únicamente tener un momento agradable con sus seres queridos y amigos, sino llegar a un lugar que encuentren palabras de aliento, que puedan fortalecer sus creencias.

Por lo anterior con esta investigación se pretende saber si es factible la creación de un establecimiento de un café cristiano evangélico en donde el ambiente sea apto para estos y para todas las personas que quieran una experiencia distinta y sana.

1.4 Delimitaciones

1.4.1 Conceptual. En el presente estudio se trabajan conceptos relacionados con el tema como: Estudio de factibilidad, estudio de mercados, Estudio técnico, Estudio financiero, Estudio Administrativo y legal, evaluación económica, impacto social y ambiental. Además de conceptos relacionados con cafetería

1.4.2 Operativa. Se prevé que en la recolección de la información por parte de los encuestados se puedan presentar inconvenientes o negativa al responder las preguntas para la obtención de resultados del estudio de factibilidad, por lo tanto se aplicaran acciones para afrontar las diferentes dificultades que se presenten.

1.4.3 Temporal. La realización del estudio de factibilidad tendrá una duración de ocho (8) semanas.

1.4.4 Geográfica. El estudio de factibilidad se llevara a cabo en el municipio de Ocaña Norte de Santander.

Capítulo 2: Marco referencial

2.1 Marco histórico

2.1.1 Historia de las cafeterías a nivel mundial. Las cafeterías son una parte importante de la historia del café. Tuvieron su origen en Oriente Medio, con la primera cafetería registrada en algún momento del siglo XV en Arabia. Las cafeterías se extendieron con la popularidad del café, apareciendo en ciudades como La Meca, Damasco y El Cairo. Estas cafeterías con frecuencia fueron descritas como lugares con mucha vida a donde los hombres iban a socializar y jugar.

La primera cafetería en Europa estuvo en Venecia (abrió en 1645) y pronto aparecieron otras en Londres, París y en otras partes. Estos eran lugares públicos en donde los hombres se reunían, en especial aquellos que pertenecían a círculos de la moda e intelectuales. Por ejemplo, el Café Procope en París, que abrió en 1686 y sigue operando hasta la fecha, fue un punto de reunión importante para los grandes pensadores de la Ilustración Francesa como Rousseau y Voltaire, y después para revolucionarios como Robespierre y Marat.

La primera cafetería de América abrió en Boston, en el siglo XVII, y la primera en México fue inaugurada en la calle Tacuba de la Ciudad de México en el siglo XVIII. En la turbulencia política de la década de 1960, las cafeterías eran visitadas por cantantes de música folk y hippies, pero para la década de 1990, gracias a las cadenas, las cafeterías se convirtieron en algo común para el resto de la sociedad. (Historia de las cafeterías a nivel mundial 2010)

2.1.2 Historia de las cafeterías a nivel nacional. Los cafés del centro de Bogotá, que fueron lugar de encuentro de artistas, intelectuales y personalidades de la elite política y económica del siglo XX, resurgen después de décadas de decadencia, gracias a un programa de revitalización.

La Pastelería Florida es uno de esos establecimientos, y su copropietaria, Elsa Martínez, cuenta que por sus "mesas de oro" pasaron personajes como el caudillo liberal Jorge Eliécer Gaitán, el poeta León de Greiff y su hermano, el sabio Otto, o el también poeta Raúl Gómez Jattin.

A principios del siglo XX en Bogotá existían cerca de noventa cafés que gozaban de prestigio y reconocimiento; eran tiempos en los que las mentes brillantes del país se reunían para "arreglar el mundo en una noche" con discusiones, versos y argumentos, pero esa tradición se silenció con la explosión violenta de 'El Bogotazo'. Esa revuelta popular del 9 de abril de 1948, que siguió al asesinato de Gaitán, y la dictadura del general Gustavo Rojas Pinilla (1953-1957) mermaron la asistencia de la intelectualidad a los cafés, que con el paso de los años y la modernización de la ciudad entraron en decadencia y la mayoría cerró las puertas.

Los recuerdos de las épocas en que Bogotá era conocida como 'La Atenas suramericana' hicieron que el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural emprendiera una cruzada para recuperar el centro histórico de la ciudad y revivir la cultura de los cafés. Con el programa 'Bogotá en un café', lanzado en 2013, la entidad que depende de la Alcaldía seleccionó los establecimientos más antiguos aún en funcionamiento para ayudarles a recuperar su esplendor.

El plan de revitalización incluye el Café Pasaje y La Pastelería Florida, ambos fundados en 1936; El Café Saint Moritz (1937), la Pastelería Belalcázar (1942), el Salón La Fontana (1955), y el Café Restaurante La Romana (1964), con una inversión cercana a los 400 millones de pesos (unos 200.000 dólares) en actividades culturales para atraer nuevos clientes. El Instituto también busca incentivar a terceros para que financien reformas físicas en algunos de cafés que necesitan remodelación.

"El programa de cafés es inteligente porque es un proyecto barato, de bajo costo, de mucho impacto y de mucha alegría para quien lo vive", dijo la directora de Patrimonio Cultural, María Eugenia Martínez. Según la funcionaria, en una segunda fase del proyecto se espera vincular a los cafés modernos. "Las estrategias van a ser abiertas, muy variadas, por lo que no va a haber ningún choque; al contrario, tenemos una lista de los cafés que quieren participar en este proyecto", manifestó.

La idea ha sido un éxito y los cafés bogotanos con actividades culturales han empezado a recuperar su prestigio con afluencia masiva de público. Durante la primera etapa del programa, que consistió en ocho encuentros culturales, acudió un promedio de 585 personas por sesión. Para este año están programadas quince 'Tardes de Café', como se denomina a los encuentros con personalidades de la cultura como la escritora Carolina Sanín, el cineasta Lisandro Duque o la arquitecta argentina María Nieves Arias, quien estuvo a cargo del programa 'Cafés Notables de Buenos Aires', que sirvió de inspiración a Bogotá.

La estrategia consiste en recuperar las tertulias y la esencia de estos lugares pues, como dice la coordinadora del programa, Laura Pinzón, "no se trata de revivirlos" porque nunca han muerto. "Es un plan que busca alimentar el imaginario colectivo" en torno a la magia de estos rincones que en su mayoría conservan esa decoración sobria y elegante propia de una 'belle époque' bogotana.

Esta medida es considerada sencillamente "oportuna" por un experimentado conocedor del negocio como César Iannini, propietario del Café La Romana, quien cree que devolverá la vida al centro capitalino. Los jóvenes son el público objetivo de los cafés pues "les gusta reunirse para charlar" comenta Iannini, quien ve en esta generación una oportunidad para que estos establecimientos se posicionen nuevamente como los centros de debate e ideas que fueron en el pasado alrededor de una taza humeante de la bebida colombiana. (Historia de las cafeterías a nivel mundial 2013)

2.1.3 Historia de las cafeterías a nivel local. De acuerdo a las investigaciones realizadas no se encontró información a nivel local sobre historia e inicios de las cafeterías en Ocaña N.S

2.2 Marco conceptual

2.2.1. Estudio de factibilidad. El plan de mercadeo es un informe en el cual se recopila el análisis de la situación actual de la empresa para identificar hacia dónde la entidad debe dirigirse. Para esto se determinan las metas del negocio y se exponen las estrategias de mercadeo a utilizarse para el cumplimiento de los objetivos identificados en el plan de negocios. Entre

otras cosas, el plan de mercadeo describe el producto (diseño y características), el precio del producto; y la promoción y distribución del mismo. Además, establece el presupuesto necesario para el desarrollo del plan, así como el proceso de evaluación e implantación. (Estudio de factibilidad 2013)

Concepto de Factibilidad. Según Varela, “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

Según el Diccionario de la Real Academia Española, la Factibilidad es la “cualidad o condición de factible”. Factible: “que se puede hacer”.

Objetivos que determinan la Factibilidad. Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.

Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de los recursos no necesarios.

Integración de todas las áreas y subsistemas

Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.

Hacer un plan de producción y comercialización.

Aceleración en la recopilación de los datos.

Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de las tareas.

Automatización óptima de procedimientos manuales.

Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos señalados.

Saber si es posible producir con ganancias.

Conocer si la gente comprará el producto.

Factibilidad. Estructura. Para Coss, un estudio de factibilidad tiene una estructura definida y el orden de los contenidos está orientado a:

- a) Presentar un resumen de proyecto.
- b) Elaborar cada parte por separado.
- c) Fundamentar cada parte en las anteriores.
- d) Elaborar conclusiones y recomendaciones.
- e) Es importante que sea resumido, con un lenguaje sencillo y que las partes sean coherentes.

Evaluación de un Proyecto Factible. Un proyecto factible es el que ha aprobado cuatro evaluaciones básicas:

Evaluación Técnica. - Evaluación Ambiental. - Evaluación Financiera. - Evaluación Socio-económica.

La aprobación de cada evaluación se le puede llamar viabilidad; estas viabilidades se deben dar al mismo tiempo para alcanzar la factibilidad de un proyecto; por ejemplo un proyecto puede ser viable técnicamente pero puede ser no viable financieramente o ambientalmente.

Proyecto Factible. Si el proyecto es factible, se puede pensar en diseñar un plan de proyecto para su ejecución y poder convertir el proyecto en una unidad productiva de un bien o servicio planteado.

Los proyectos en los cuales se busca la factibilidad, son aquellos que intenta producir un bien o servicio para satisfacer una necesidad; para ello se necesita definir su rentabilidad o no, éste es el objetivo de la evaluación financiera.

Componentes del Estudio de Factibilidad.

Estudio de Mercado. Tiene como finalidad determinar si existe o no, una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de producción de ciertos bienes o servicios, en un espacio de tiempo.

Estudio Técnico. Tiene por objeto proveer información, para cuantificar el monto de las inversiones y costos de las operaciones relativas en esta área.

Estudio Financiero. Se encarga de ordenar y sistematizar la información de tipo monetario que proporcionaron las etapas anteriores.

Elaborar los cuadros analíticos para la evaluación del proyecto.

Evaluar los antecedentes anteriores para determinar su rentabilidad

Factibilidad. Aspectos básicos.

Factibilidad Operacional. Comprende una determinación de posibilidad que un nuevo sistema se use como se supone. Se deben considerar cuatro aspectos:

La utilización de un nuevo sistema puede ser demasiado complejo para los usuarios de la organización o los operadores del sistema.

Este nuevo sistema puede hacer que los usuarios se resistan a él como consecuencia de una técnica de trabajo, miedo a ser desplazado u otras razones.

Un sistema nuevo puede introducir cambios demasiado rápidos que no permita al personal adaptarse a él y aceptarlo.

La probabilidad de obsolescencia en el sistema. Cambios anticipados en la práctica o políticas administrativas pueden hacerse que un nuevo sistema sea obsoleto muy pronto.

Factibilidad Técnica. Permite evaluar si el equipo y software están disponibles y tienen las capacidades técnicas requeridas por cada alternativa del diseño que se esté planificando, también se consideran las interfaces entre los sistemas actuales y los nuevos.

Así mismo, estos estudios consideran si las organizaciones tienen el personal que posee la experiencia técnica requerida para diseñar, implementar, operar y mantener el sistema propuesto.

Factibilidad Económica. Dentro de estos estudios se pueden incluir el análisis de costo y beneficios asociados con cada alternativa del proyecto.

Con análisis de costo/beneficios, todos los costos y beneficios de adquirir y operar cada sistema alternativo se identifican y se establece una comparación entre ellos. Esto permite seleccionar el más conveniente para la empresa.

Dentro de esta comparación se debe tomar en cuenta lo siguiente:

Se comparan los costos esperados de cada alternativa con los beneficios esperados para asegurarse que los beneficios excedan los costos.

La proporción costo/beneficio de cada alternativa se comparan con las que proporcionan los costos/beneficios de las otras alternativas para escoger la mejor.

Se determinan las formas en que la organización podría gastar su dinero.

Concepto de Viabilidad. Según el diccionario de la Real Academia Española Viabilidad: “cualidad de viable”, Viable: “Que, por sus circunstancias, tiene probabilidades de poderse llevar a cabo”.

Según Baca: es la posibilidad que tiene un proyecto para ser ejecutado y operado de tal manera que cumpla con su objetivo.

Está relacionada con principios de calidad, eficiencia y pertinencia de un proyecto en términos de los elementos conceptuales que lo componen, la información utilizada, la coherencia de los planteamientos y el mayor acercamiento a la realidad a la que se refiere el proyecto.

Tipos de Viabilidad. La viabilidad está conformada por: aspectos técnicos, socioeconómicos, ambientales e institucionales.

Viabilidad Técnica. Permite determinar la calidad y coherencia de la información relacionada con el objetivo mismo del proyecto, sus planteamientos básicos, la dimensión de las variables que intervienen, soluciones y actividades.

Cuando se realiza la evaluación se debe revisar la identificación de la situación, las alternativas técnicas propuestas, las actividades y los costos

Viabilidad Socioeconómica. Permite identificar y valorar los beneficios, con el fin de determinar si el proyecto genera efectivamente dichos beneficios y si su valoración se encuentra en rango aceptable.

Los criterios socioeconómicos se refieren al impacto económico del proyecto a nivel regional o local y a los efectos sociales sobre los grupos de personas afectadas.

Viabilidad Institucional. Se refiere al análisis de los mecanismos de ejecución propuestos en el proyecto; la evaluación de la capacidad institucional para su ejecución, operación y seguimiento de los proyectos.

Se relaciona al análisis de impacto ambiental, como las medidas planteadas para su mitigación, prevención o compensación, según sea el caso.

Estos criterios se aplican especialmente a los proyectos que involucran obras que tienen relación con infraestructuras y que pueden generar impactos en el ambiente tanto positivos como negativos.

Gestión de índole legal. Es decir, brindar los elementos necesarios para la nacionalización de maquinaria cuando esto se requiera; asesorar en los procedimientos de registros e inscripciones que se deban presentar ante las distintas autoridades o entidades de orden municipal, departamental o nacional, así como asesorar en los procesos más recomendables para la vinculación y contratación tanto de personal como de servicios y compraventas.

Gestión de índole financiera y económica. Recomendar estrategias para la estructura del financiamiento del proyecto, actualizar permanentemente los estudios de factibilidad económica y financiera y controlar permanentemente el presupuesto de ejecución del proyecto.

Gestión de índole ambiental Cuando se plantea el desarrollo de una estructura general para la implementación de un programa ambiental del proyecto, dando así respuesta a las necesidades y expectativas del mismo con relación al medio ambiente y sus posibles impactos.

2.2.2. Cafetería. Cafetería según la ordenación turística de cafeterías la define como: "Aquellos establecimientos, cualquiera que sea su denominación, que además de helados, batidos, refrescos, infusiones y bebidas en general, sirvan al público mediante precio, principalmente en la barra o mostrador y a cualquier hora, dentro de las que permanezca abierto el establecimiento, platos fríos y calientes, simples o combinados, confeccionados de ordinario a la plancha para refrigerio rápido".

Podemos apreciar las siguientes características de una cafetería las cuales la diferencia de un restaurante:

El servicio se realiza principalmente en barra;

Se ofertan platos de elaboración sencilla;

El horario de servicio se mantiene mientras permanezca abierto el establecimiento;

No es requisito imprescindible que el cliente deba consumir algún tipo de alimento sólido;

El servicio es rápido.

Las cafeterías se clasifican en distintas categorías, según sus instalaciones y servicios. Así, la Ordenación Turística las clasifica en tres categorías: especial, primera y segunda, cuyos distintivos son 3, 2 y 1 taza respectivamente.

Categorías de cafeterías. La ley prevé tres categorías de cafetería: de categoría especial (Tres tazas), de primera (Dos tazas) y de segunda (Una taza). Se informará del tipo de categoría de la cafetería en el exterior del establecimiento, así como en la propaganda impresa, en las cartas y en las facturas.

Cafeterías de categoría especial. Deben reunir, como mínimo, las siguientes condiciones:

- Entrada para los clientes independiente de la del personal de servicio,
- Guardarropa, teléfono, calefacción y refrigeración,
- Servicios sanitarios independientes para señoras y caballeros, con agua caliente y fría en los lavabos,
- Decoración y mobiliario en armonía con el rango del establecimiento,
- Cubertería, vajilla y cristalería de gran calidad, menaje de primera calidad, fuente de sopa, cafetera express y plancha,
- Cámara frigorífica, office con fregaderos y local para almacén,
- Barra o mostrador, adecuados tanto a la categoría como a la capacidad del establecimiento,
- Vestuarios y aseos independientes para el personal masculino y femenino.
- El personal, debidamente uniformado de acuerdo con el rango del establecimiento, será el adecuado para garantizar un servicio rápido y eficiente.

Cafeterías de primera categoría. Deben reunir, como mínimo, las siguientes condiciones:

- Entrada para los clientes independiente de la del personal. En su defecto, durante las horas en que el establecimiento esté abierto el establecimiento a la clientela, los proveedores de mercancías no utilizarán el mismo acceso,
- Teléfono y calefacción,
- Servicios sanitarios, independientes para señoras y caballeros, con agua caliente y fría en los lavabos,
- Cubertería, vajilla y cristalería de calidad, cafetera express, fuente de sopa, planchas y cámara frigorífica,
- Fregaderos y local para almacén y menaje de buena calidad,
- Barra o mostrador, adecuados tanto a la categoría como a la capacidad del establecimiento,
- Vestuarios y servicios sanitarios independientes para el personal masculino y femenino,
- El personal, debidamente uniformado de acuerdo con el rango del establecimiento, será el adecuado para garantizar un servicio rápido y eficiente.

Cafeterías de segunda categoría. Deben reunir, como mínimo, las siguientes condiciones:

- Teléfono,
- Servicios sanitarios independientes para señoras y caballeros,
- Cubertería inoxidable, vajilla y cristalería en buen estado de conservación, cafetera express y plancha,
- Cámara frigorífica, fregaderos y menaje de calidad,
- Barra y mostrador, adecuados a la capacidad del establecimiento,
- El personal, uniformado, será el adecuado para un servicio rápido y eficiente.

2.3 Marco teórico

2.3.1 Teoría de la empresa. Estudio del comportamiento de las organizaciones empresariales, de cómo compran las materias primas, de las técnicas de producción, de las cantidades que producen y de cómo fijan los precios. La teoría tradicional supone que la empresa pretende maximizar beneficios. Las interpretaciones más recientes intentan tener en cuenta las complejas características de las empresas modernas, que suelen tener varias líneas de producción y en las que asumir decisiones se logra, en mayor o menor medida de forma descentralizada. Así, según las concepciones modernas, las empresas prefieren aplazar el objetivo de la maximización de ganancias para lograr beneficios satisfactorios e intentan maximizar las ventas o el crecimiento de la empresa.(García Garnica 2010)

La teoría basada en el comportamiento de la empresa reconoce que las grandes compañías es inevitable que existan conflictos entre individuos y subgrupos, y que los objetivos de la organización dependan de las consecuencias de estos conflictos. Los defensores de esta teoría afirman que las empresas deberían tener varios objetivos (incrementar su producción, su cuota de mercado, el valor de sus acciones, sus ventas y beneficios), y cada uno de estos objetivos un directivo responsable.

La teoría del comportamiento de las empresas parte de dos supuestos, uno es que los propietarios de las grandes empresas no tienen el control de las mismas, en otras palabras, serían los directivos de las empresas, y no los accionistas, los que imponen los objetivos reales de la empresa. El otro supuesto es que los directivos están más interesados en la producción y las

ventas, por ejemplo, que en los beneficios, porque son la producción y las ventas las que demuestran su eficacia en la gestión.

2.3.2 Teoría del proceso administrativo. Esta teoría es propuesta por Henry Fayol donde aclara las funciones administrativas. Define el acto de administrar tomando como base la planeación, organización, dirección, coordinación y control. Los procedimientos administrativos son instrumentos muy importantes para la buena dirección de toda empresa puesto que permitían el diagnóstico y la solución de muchas dificultades propias de las organizaciones de su tiempo.

Las funciones universales de la administración son: **(Fayol)**

Planear. Esta función se encarga de visualizar el futuro y trazar el programa de acción, esto implica evaluar el futuro y tomar provisiones en función de él. Unidad, continuidad, flexibilidad y valoración son aspectos principales de un buen plan de acción

Organizar. Esta función se encarga de construir la estructura material y social de la empresa, acá se proporciona todos los elementos necesarios para el funcionamiento de la empresa.

Dirigir. Esta función se encarga de guiar y orientar al personal. Pone en marcha la organización. Su objetivo es alcanzar el máximo rendimiento de los empleados de acuerdo con los aspectos generales.

Coordinar. Esta función se encarga de enlazar, unir y armonizar todos los actos y esfuerzos colectivos de una empresa para facilitar el trabajo y resultado. Sincroniza los recursos y actividades en proporciones adecuadas y ajusta los medios a los fines de la empresa.

Controlar. Esta función es la que se encarga de verificar que todas las etapas marchan conforme al plan trazado, las instrucciones dadas y los principios establecidos. Su objetivo es identificar las debilidades y los errores para rectificarlos y evitar que se repitan.

2.3.3 Teoría del valor del trabajo. La teoría del valor del trabajo propuesta por el economista y filósofo escocés Adam Smith quien se lo conoció por ser el padre de la economía, nos habla de esta interesante propuesta en la que considera que el trabajo es pieza fundamental para cuantificar el valor. También nos expone que el valor puede tener variaciones tanto crecientes como decrecientes, pero que el trabajo se mantendría siempre como un aporte constante (Smith 2015).

Smith logra destacar en este análisis al momento de exponer que el trabajo es igual al valor; es decir, que el valor de un bien o servicio decía él, que estaría dado por la cantidad que lleva de trabajo incorporado. Para Smith el valor era la cantidad de trabajo que uno podía recibir a cambio de su mercancía.

Esta propuesta se fundamenta principalmente en la Teoría de la división del trabajo. Smith decía que el crecimiento económico depende de la amplitud del mercado y nos comentaba

también que el mercado es el gran descocido de la economía ya que tiene algunos factores como son: la extensión geográfica, el consumo interno y el desarrollo económico.

Fue un aporte muy acertado por parte de Smith plasmando de esta manera una mayor visión del plano económico y de lo que conlleva un proceso que tiene un fin productivo, analizando principalmente la acción de la producción que es el motor de la economía dentro del proceso de desarrollo económico.

2.2.4 Teoría clásica de la ventaja absoluta. La teoría de la ventaja absoluta planteada por Adam Smith destaca la importancia del libre comercio para que la riqueza de las naciones se incremente, basándose en el ejemplo de que ningún jefe de familia trataría de producir en casa un bien que incurriera en un costo mayor que comprarlo. Si se aplicara este ejemplo concretamente a un país extranjero "A", se llegaría a la conclusión de que "A" podría proveer a otro país "B" de un bien más barato de lo que el país "B" pudiera producirlo.

De esta manera se puede definir a la ventaja absoluta como la capacidad de producir un bien a un costo absolutamente menor medido en términos de unidades de trabajo. Adam Smith aclara su teoría por medio de un ejemplo sencillo, considerando a dos países, Estados Unidos e Inglaterra, los cuales están dotados de trabajo homogéneo y dedicado a la producción de dos bienes que son alimentos y tela. Para el caso de Estados Unidos se parte del supuesto de que se requiere de ocho unidades de trabajo para producir una unidad de alimento, y de cuatro unidades de trabajo por cada unidad de tela que se produzca (Chacholiades 1980).

Para el caso de Inglaterra, necesita de diez unidades de trabajo por cada unidad de alimento y dos unidades de trabajo por cada unidad de tela que se produzca. De esta manera se hace notorio que Estados Unidos es más eficiente en la producción de alimentos, mientras que Inglaterra lo es en la producción de telas; dicho en otras palabras, Estados Unidos tiene una ventaja absoluta en la producción de alimentos e Inglaterra la tiene en la producción de tela. De esta manera Adam Smith afirma que el comercio internacional entre ambos países es rentable, ya que una ventaja absoluta implica necesariamente una especialización en aquel bien en el que se tenga mayor eficiencia, dando como resultado un aumento en la producción mundial de todos los bienes.

A pesar del planteamiento tan claro que hace esta teoría, hoy en día mucha gente considera que los exportadores deben tener una ventaja absoluta sobre sus competidores extranjeros, y aunque hasta cierto punto es cierto, esta teoría llega a ser superficial y engañosa. Si el comercio se basara en esta teoría se llegaría a la absurda conclusión de que Estados Unidos debería producir tanto tela como alimentos, e Inglaterra por su parte no debería producir nada; cosa que solo tendría sentido si existiera libre movilidad del trabajo de un país a otro, pero esto no es posible por lo menos en la actualidad, por lo que se puede afirmar que la rentabilidad del comercio internacional no depende de una ventaja absoluta, sino más bien de una ventaja competitiva.

2.4 Marco contextual

A nivel nacional, el estado se preocupa por el desarrollo económico y productivo del país y para lo cual, implementa políticas que apuntan a dar apoyo y fortalecimiento de diferentes sectores productivos. Con base a esto, el estado emite políticas CONPES, las cuales se describen a continuación.

El Consejo Nacional de Política Económica y Social — CONPES (creado por la Ley 19 de 1958), es la máxima autoridad nacional de planeación y se desempeña como organismo asesor del Gobierno en todos los aspectos relacionados con el desarrollo económico y social del país. Para lograrlo, coordina y orienta a los organismos encargados de la dirección económica y social en el Gobierno, a través del estudio y aprobación de documentos sobre el desarrollo de políticas generales que son presentados en sesión.

El Departamento Nacional de Planeación desempeña las funciones de Secretaría Ejecutiva del Conpes y Conpes Social, y por lo tanto es la entidad encargada de coordinar y presentar todos los documentos para discutir en sesión. Para el fomento a la Política Nacional de Emprendimiento se deben tener en cuenta los siguientes:

CONPES 3484 del 13 de agosto de 2007, sobre política nacional para la transformación productiva y la promoción de las Mi pymes.

CONPES 3527 del 23 de junio de 2008, sobre la Política Nacional de Competitividad y Productividad. Según la Política Nacional de Competitividad y Productividad, un país puede aumentar el valor de su producción por 3 vías: produciendo más (productividad), produciendo mejor (aumentando la calidad) o produciendo nuevos productos (transformación productiva). El emprendimiento es fundamental para alcanzar la transformación productiva y de ahí su estrecha relación con la competitividad.

Ocaña es la segunda ciudad en importancia en el departamento Norte de Santander. Esta Ciudad está ubicada en la zona nororiental y está conectada por carreteras nacionales con Bucaramanga, Cúcuta y Santa Marta.

La cafetería se tiene proyectada ubicarla en la zona céntrica del Municipio de Ocaña, Norte de Santander, que tiene una población total estimada de 98 229 habitantes (Resultados y proyecciones 2005-2020), de este número la mayoría se encuentra en la parte urbana, basándose en estos datos y con un estudio se puede determinar la oportunidad de una gran demanda y a la vez clientela, ya que Ocaña en la actualidad cuenta con 3550 cristianos evangélicos. Además en la ciudad hay 75 cafeterías y 52 más renovadas ante la cámara de comercio de Ocaña.(Cámara de Comercio Ocaña)

En el aspecto socio económico el estrato en el que se encuentra el Centro de Ocaña es estrato 3 alto el cual pone a la empresa en un sector estable frente a los objetivos que principalmente se han planteado; en referencia económica y cultural de sus habitantes que es donde se mueve el comercio de Ocaña, lo que indica que se está tratando con seres humanos

cultos y brinda confianza a los inversionistas de la cafetería frente a otras cafeterías del municipio.

Para ubicación de cafetería se tendrá en cuenta los siguientes aspectos en un sector de bajo tráfico vehicular, lo cual implica un bajo nivel de contaminación para el producto lo cual brinda un grado de confianza al consumidor en este caso a los cristianos evangélicos, o personas del común que quieran recibir una voz de apoyo o reconciliación con Dios. También se puede reconocer que la ruta de reciclaje que maneja este sector favorece así deshacerse de los residuos resultantes de la producción y venta del producto.

2.5 Marco legal

2.5.1 Constitución Política de Colombia. ARTICULO N° 2. Son fines esenciales del Estado. Servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución".

Artículo N° 333. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición

dominante en el mercado nacional. La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación.

2.5.2 Normatividad vigente para el emprendimiento en Colombia. La Constitución Política: Principalmente, su artículo 38 sobre Libertad de Asociación, artículos 333 sobre Libertad Económica y el artículo 158 sobre Unidad de Materia.

La LEY 29 DE 1990, por la cual se dictan disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico y se otorgan facultades extraordinarias.

El DECRETO 393 DE 1991, por el cual se dictan normas sobre asociación para actividades científicas y tecnológicas, proyectos de investigación y creación de tecnologías.

El DECRETO 585 DE 1991, por el cual se crea el Consejo Nacional de Ciencia y tecnología, se reorganiza el Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología (Colciencias) y se dictan otra disposición.

LA LEY 344 DE 1996, por la cual se dictan normas tendientes a la racionalización del gasto público, se concede unas facultades extraordinarias y se expiden otras disposiciones. Normas correspondientes a la creación de empresas. En el artículo 16 trata sobre el acceso a los recursos para proyectos de incubadoras asociadas al Sena.

LA LEY 550 DE 1999, que establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las

empresas, lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley. Normas sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana por ello se le denominó LEY MIPYMES, posteriormente modificada por la Ley 905 de 2004 y por la Ley 1151 de 2007 por la cual se expide el PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2006-2010.

LA LEY 789 DE 2002, Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del CÓDIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO. Norma por la cual se crea el FONDO EMPRENDER (Art.40).

EL DECRETO 934 DE 2003, Por el cual se reglamenta el funcionamiento del FONDO EMPRENDER (FE). El artículo 40 de la Ley 789 de 2002 creó el Fondo Emprender FE como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, el cual será administrado por esa entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales en los términos allí dispuestos.

LA LEY 905 DE 2004, Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

LA RESOLUCIÓN 470 DE 2005 de la Superintendencia Financiera, que permitió el establecimiento de Fondos de Capital Privado.

LA LEY 1014 DE 2006, Por la cual se dictan normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia. El Ministerio del Comercio, Industria y Turismo, cuenta con el Viceministerio de Desarrollo Empresarial, el cual tiene la misión de consolidar una cultura del emprendimiento en el país y crear redes de institucionales en torno a esta prioridad del Gobierno Nacional.

El DECRETO 4466 DE 2006, por el cual se reglamenta el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, sobre constitución de nuevas empresas.

El DECRETO 2175 DE 2007, sobre la administración y gestión de carteras colectivas, en el cual se precisaron algunos aspectos relativos a los Fondos de Capital Privado (FCP). LA SENTENCIA C-392 DE 2007 DE LA CORTE CONSTITUCIONAL, La Sala Plena de la Corte Constitucional, en cumplimiento de sus atribuciones, respaldó la creación de microempresas bajo el régimen de Empresas Unipersonales, contemplada en el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006 “Ley de Fomento al Emprendimiento”. De acuerdo con la Sentencia en mención, las empresas que se creen a partir de la entrada en vigencia de dicha ley que tengan hasta 10 empleados y menos de 500 smmlv se constituyen y vigilan como Empresas Unipersonales.

LA SENTENCIA C-448 DE 2005 DE LA CORTE CONSTITUCIONAL, Demanda de inconstitucionalidad contra la expresión “con concepto previo favorable de la Dirección de Apoyo Fiscal del Ministerio de Hacienda”, contenida en el artículo 21 de la Ley 905 de 2004 “por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones”. El demandante

afirma que las expresiones acusadas vulneran el artículo 1º, 287 y 294 de la Constitución Política. Lo anterior, en procura de estimular la creación y subsistencia de las mipyme.

LA CIRCULAR 8 DE 2008 DE LA SUPERINTENDENCIA FINANCIERA, que autorizó a las administradoras de fondos de pensiones del régimen de pensión obligatoria, para realizar inversiones en fondos de capital privado colombianos.

LA LEY 1286 DE 2009, por la cual se modifica la LEY 29 DE 1990, se transforma a Colciencias en Departamento Administrativo, se fortalece el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación en Colombia y se dictan otras disposiciones.

El DECRETO 525 DE 2009 por el cual se reglamenta el artículo 43 de la Ley 590 de 2000, sobre la gradualidad del pago de parafiscales.

El DECRETO 1192 DE 2009, por el cual se reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre el fomento a la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones.

2.4.3 Código de Comercio ARTÍCULO 10. Comerciantes. Concepto. Calidad. Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles.(Código de Comercio 2014)

La calidad de comerciante se adquiere aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona.

ARTÍCULO 19. Obligaciones De Los Comerciantes. Es obligación de todo comerciante:

- 1º. Matricularse en el registro mercantil;
- 2º. Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad;
- 3º. Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales;
- 4º. Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades;
- 5º. Derogado. (Ley 222 de 1995).
- 6º. Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal.

ARTÍCULO 25. Definición De Empresa. Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio.

ARTÍCULO 26. Objeto Y Publicidad Del Registro Mercantil. El registro mercantil tendrá por objeto llevar la matrícula de los comerciantes y de los establecimientos de comercio, así como la inscripción de todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exigiere esa formalidad.

El registro mercantil será público. Cualquier persona podrá examinar los libros y archivos en que fuere llevado, tomar anotaciones de sus asientos o actos y obtener copias de los mismos.

- 1°. ARTÍCULO. 29. Reglas del Registro Mercantil. El registro mercantil se llevará con sujeción a las siguientes reglas, sin perjuicio de las especiales que establezcan la ley o decretos reglamentarios:
- 2°. Los actos, contratos y documentos serán inscritos en la cámara de comercio con jurisdicción en el lugar donde fueren celebrados u otorgados; si hubieren de realizarse fuera de dicha jurisdicción, se inscribirán también en la cámara correspondiente al lugar de su ejecución o cumplimiento;
- 3°. La matrícula de los comerciantes y las inscripciones no previstas en el ordinal anterior, se harán en la cámara de comercio con jurisdicción en el domicilio de la persona interesada o afectada con ellos;
- 4°. La inscripción se hará en libros separados, según la materia, en forma de extracto que dé razón de lo sustancial del acto, documento o hecho que se inscriba, salvo que la ley o los interesados exijan la inserción del texto completo, y
- 5°. La inscripción podrá solicitarse en cualquier tiempo, si la ley no fija un término especial para ello; pero los actos y documentos sujetos a registro no producirán efectos respecto de terceros sino a partir de la fecha de su inscripción.

ARTÍCULO 32. Contenido de la solicitud de Matrícula Mercantil. La petición de matrícula indicará:

- 1°. El nombre del comerciante, documento de identidad, nacionalidad, actividad o negocios a que se dedique, domicilio y dirección, lugar o lugares donde desarrolle sus negocios de manera permanente, su patrimonio líquido, detalle de los bienes raíces que posea, monto de las inversiones en la actividad mercantil, nombre de la persona autorizada para administrar

los negocios y sus facultades, entidades de crédito con las cuales hubiere celebrado operaciones y referencias de dos comerciantes inscritos, y

- 2º. Tratándose de un establecimiento de comercio, su denominación dirección y actividad principal a que se dedique; nombre y dirección del propietario y del factor, si lo hubiere, y si el local que ocupa es propio o ajeno. Se presumirá como propietario del establecimiento quien así aparezca en el registro.

ARTÍCULO 78. La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización. Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios. El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos.

ARTÍCULO 515. Definición De Establecimiento De Comercio. Se entiende por establecimiento de comercio un conjunto de bienes organizados por el empresario para realizar los fines de la empresa. Una misma persona podrá tener varios establecimientos de comercio, y, a su vez, un solo establecimiento de comercio podrá pertenecer a varias personas, y destinarse al desarrollo de diversas actividades comerciales.

ARTÍCULO 516. Elementos Del Establecimiento De Comercio. Salvo estipulación en contrario, se entiende que forman parte de un establecimiento de comercio:

- 1°. La enseña o nombre comercial y las marcas de productos y de servicios;
- 2°. Los derechos del empresario sobre las invenciones o creaciones industriales o artísticas que se utilicen en las actividades del establecimiento;
- 3°. Las mercancías en almacén o en proceso de elaboración, los créditos y los demás valores similares;
- 4°. El mobiliario y las instalaciones;
- 5°. Los contratos de arrendamiento y, en caso de enajenación, el derecho al arrendamiento de los locales en que funciona si son de propiedad del empresario, y las indemnizaciones que, conforme a la ley, tenga el arrendatario;
- 6°. El derecho a impedir la desviación de la clientela y a la protección de la fama comercial, y
- 7°. Los derechos y obligaciones mercantiles derivados de las actividades propias del establecimiento, siempre que no provengan de contratos celebrados exclusivamente en consideración al titular de dicho establecimiento.

2.5.4 Legislación Sanitaria. DECRETO 3075 DE 1997. Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 9 de 1979 y se dictan otras disposiciones. La salud es un bien de interés público. En consecuencia, las disposiciones contenidas en el presente Decreto son de orden público, regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos, y se aplicaran:

- a. A todas las fábricas y establecimientos donde se procesan los alimentos; los equipos y utensilios y el personal manipulador de alimentos.
- b. A todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.
- c. A los alimentos y materias primas para alimentos que se fabriquen, envasen, expendan, exporten o importen, para el consumo humano.
- d. A las actividades de vigilancia y control que ejerzan las autoridades sanitarias sobre la fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y comercialización de alimentos, sobre los alimentos y materias primas para alimentos.

CAPITULO III. PERSONAL MANIPULADOR DE ALIMENTOS

LEY 9 de 1979

Código Sanitario Nacional por cuanto dicta medidas sobre las condiciones sanitarias básicas para la protección en el medio ambiente, suministro de agua, saneamiento de edificaciones, alimentos, droga, medicamentos, cosméticos, vigilancia y control epidemiológico, prevención y control de desastres, derechos de los habitantes respecto a la salud.

RESOLUCIÓN 5109 DE 2005

Reglamento Técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado para alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano, expedido por el Ministerio de Protección Social y publicado en el Diario Oficial 46150 de enero 13 de 2006.

DECRETO 1575 DE 2007

El objeto del presente decreto es establecer el sistema para la protección y control de la calidad del agua, con el fin de monitorear, prevenir y controlar los riesgos para la salud humana causados por su consumo, exceptuando el agua envasada.

Aplica a todas las personas prestadoras que suministren o distribuyan agua para consumo humano, ya sea cruda o tratada, en todo el territorio nacional, independientemente del uso que de ella se haga para otras actividades económicas, a las direcciones territoriales de salud, autoridades ambientales y sanitarias y a los usuarios.

Artículo 13. ESTADO DE SALUD.

a. El personal manipulador de alimentos debe haber pasado por un reconocimiento médico antes de desempeñar esta función. Así mismo, deber efectuarse un reconocimiento médico cada vez que se considere necesario por razones clínicas y epidemiológicas, especialmente después de una ausencia del trabajo motivada por una infección que pudiera dejar secuelas capaces de provocar contaminación de los alimentos que se manipulen. La dirección de

la empresa tomar las medidas correspondientes para que al personal manipulador de alimentos se le practique un reconocimiento médico, por lo menos una vez al año.

b. La dirección de la empresa tomara las medidas necesarias para que no se permita contaminar los alimentos directa o indirectamente a ninguna persona que se sepa o sospeche que padezca de una enfermedad susceptible de transmitirse por los alimentos, o que sea portadora de una enfermedad semejante, o que presente heridas infectadas, irritaciones cutáneas infectadas o diarrea. Todo manipulador de alimentos que represente un riesgo de este tipo deberá comunicarlo a la dirección de la empresa.

ARTÍCULO 14. EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN.

a. Todas las personas que han de realizar actividades de manipulación de alimentos deben tener formación en materia de educación sanitaria, especialmente en cuanto a prácticas higiénicas en la manipulación de alimentos. Igualmente deben estar capacitados para llevar a cabo las tareas que se les asignen, con el fin de que sepan adoptar las precauciones necesarias para evitar la contaminación de los alimentos.

b. Las empresas deberán tener un plan de capacitación continuo y permanente para el personal manipulador de alimentos desde el momento de su contratación y luego ser reforzado mediante charlas, cursos u otros medios efectivos de actualización. Esta capacitación estará bajo la responsabilidad de la empresa y podrá ser efectuada por esta, por personas naturales o jurídicas contratadas y por las autoridades sanitarias. Cuando el plan de capacitación se realice a

través de personas naturales o jurídicas diferentes a la empresa, estas deben contar con la autorización de la autoridad sanitaria competente. Para este efecto se tendrán en cuenta el contenido de la capacitación, materiales y ayudas utilizadas, así como la idoneidad del personal docente.

c. La autoridad sanitaria en cumplimiento de sus actividades de vigilancia y control, verificara el cumplimiento del plan de capacitación para los manipuladores de alimentos que realiza la empresa.

d. Para reforzar el cumplimiento de las prácticas higiénicas, se han de colocar en sitios estratégicos avisos alusivos a la obligatoriedad y necesidad de su observancia durante la manipulación de alimentos.

e. El manipulador de alimentos debe ser entrenado para comprender y manejar el control de los puntos críticos que están bajo su responsabilidad y la importancia de su vigilancia o monitoreo; además, debe conocer los límites críticos y las acciones correctivas a tomar cuando existan desviaciones en dichos límites.

RESOLUCIÓN 765 de 2010: Deroga a Res.1090 de 1998 y 127 del 2001.

ARTÍCULO PRIMERO.- OBJETO. La presente resolución tiene por objeto regular el proceso de capacitación para manipulación de alimentos dirigida a:

Las personas Naturales y Jurídicas – establecimientos destinados al almacenamiento, distribución, preparación y/o expendio de alimentos y de transporte de éstos, en los que se deberá ofrecer al personal manipulador el curso de manejo higiénico de alimentos con intensidad mínima de seis (6) horas, desde el momento de su contratación.

Parágrafo: Las fábricas de Alimentos deberán regirse a lo estipulado en la Ley 1122 de 2007 en la que se establecen las competencias del INVIMA.

Las personas Naturales y Jurídicas – establecimientos donde se, almacenen, distribuyen, transporten, expendan y manipulen alimentos que no estén considerados en el numeral anterior y que deberán obtener constancia de asistencia al curso de educación sanitaria en manejo adecuado de alimentos, mínimo una vez al año, el cual no podrá ser inferior a seis (6) horas.

PARÁGRAFO: En los establecimientos antes señalados, donde la capacitación se ofrezca por capacitador particular, deberá reposar como soporte junto a la certificación en manejo higiénico de alimentos, copia de la autorización vigente de los capacitadores particulares, solicitud de la supervisión la cual debe tener evidencia de radicación ante la autoridad competente y la lista de personas capacitadas.

ARTÍCULO SEGUNDO.- REQUISITOS PARA SER MANIPULADOR DE ALIMENTOS. Para ser manipulador de alimentos se requiere:

Certificado de capacitación en educación sanitaria para el manejo adecuado de alimentos expedido por las Empresas Sociales del Estado o capacitador particular autorizado por el ente rector de salud o quién haga sus veces en el Distrito Capital.

Reconocimiento médico con certificado sobre las condiciones del estado de salud del manipulador de alimentos.

PARÁGRAFO PRIMERO: De conformidad con lo establecido en el artículo 80 de la Resolución 2905 de 2007, cuando se trate de personal de establecimientos dedicados al expendio y almacenamiento de carne y productos cárnicos comestibles se deberá cumplir con los requisitos de capacitación de dicha norma.

2.5.5 Ley 57 de 1887. Código Civil. Artículo 73. Personas Naturales o Jurídicas. Las personas son naturales o jurídicas.

Artículo 74. Personas Naturales. Son personas todos los individuos de la especie humana, cualquiera que sea su edad, sexo, estirpe o condición.

Artículo 633. Definición de Persona Jurídica. Se llama persona jurídica, una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, y de ser representada judicial y extrajudicialmente.

Capítulo 3: Diseño metodológico

3.1 Tipo de investigación

Considerando que es necesario seleccionar correctamente las características del proyecto se utilizó la investigación cuantitativa con enfoque descriptivo, ya que mediante cada pregunta se buscaba obtener la información que permitiese conocer la factibilidad para la creación de un café cristiano evangélico en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander. A través de las respectivas respuestas que dieron las personas encuestadas, se analizó y se extrajo la información necesaria para el desarrollo de este estudio, en el municipio de Ocaña Norte de Santander.

3.2 Población

La población es indeterminada, debido a que en el municipio de Ocaña no cuenta con la cifra de los cristianos evangélicos que hay en ella; sin embargo, para calcular la población, se hizo un rastreo de las congregaciones de mayor relevancia en la ciudad y con un mayor número de cristianos evangélicos, como se relaciona a continuación.

Tabla 1.

Población por congregación

Nombre de la Congregación	Número de personas	Porcentaje
Alianza - Santa Clara	300	8%
Cejes	450	13%
Cuadrangular Cañaveral	200	6%
Cuadrangular Marabel	40	1%
Alianza – Centro	1000	28%
Cuadrangular - Tejerito	270	8%
Pentecostal - Cede Principal	600	17%
Visión Del Reino- Gloria	300	8%
Centro Cristiano- Tutu Malito	300	8%
Lirio De Los Valles	90	3%
TOTAL	3550	100%

Fuente: Autor del proyecto

3.3 Muestra

Para hallar la muestra se utilizó la siguiente fórmula estadística mediante la cual se determinó la población a encuestar.

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

n: Muestra

N: Población

Z: Nivel de Confianza

p: Porción de Aceptación

q: Porción de Rechazo

e: Error de Estimación

NIVEL DE CONFIANZA

96% \Rightarrow 2,05

n: Muestra \rightarrow ?

N: Población \rightarrow 3.550 cristianos evangélicos

Z: Nivel de Confianza 96% \rightarrow = 2,05

p: Porción de Aceptación 50% \rightarrow 0,50

q: Porción de Rechazo 50% \rightarrow 0,50

e: Error de Estimación 7% \rightarrow 0,07

$$n = \frac{((2,05))^2 * 0,50 * 0,50 * 3550}{(0,07)^2 * (3550 - 1) + (2,05)^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{4,2025 * 0,50 * 0,50 * 3550}{0,0049 * (3549) + 4,2025 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{3729,71}{18,44}$$

$n = 202,26$ cristianos evangélicos

$n = 202$ cristianos evangélicos

En la siguiente tabla se muestra la cantidad de encuestas que se realizaron a cada una de las congregaciones evangélicas

Tabla 2.

Personas a encuestar por iglesia

NOMBRE DE LA CONGREGACIÓN	PORCENTAJE	CANTIDAD DE PERSONAS A
		ENCUESTAR $n \times \%$
Alianza - Santa Clara	8%	16
Cejas	13%	26
Cuadrangular Cañaveral	6%	12
Cuadrangular Marabel	1%	2
Alianza – Centro	28%	57
Cuadrangular - Tejarito	8%	16
Pentecostal - Cede Principal	17%	35
Visión Del Reino- Gloria	8%	16
Centro Cristiano- Tutumalito	8%	16

Lirio De Los Valles	3%	6
Total	100%	202

Fuente: Autor del Proyecto

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de la información

La información del estudio fue recolectada mediante la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario, estuvo dirigida a los habitantes cristianos evangélicos de Ocaña, para conocer si es viable la creación de un café cristiano evangélico en la ciudad de Ocaña norte de Santander.

Capítulo 4: Resultados

4.1 Estudio de mercados

La investigación de mercados es una herramienta muy útil en todas las empresas, pero poco utilizada en las PYME debido a la falta de conciencia de su importancia en el análisis del comportamiento del consumidor o comprador, y la opinión que éste tiene de la empresa, lo que ofrece; para luego tomar las decisiones según el caso, que permitan el mantenimiento de las fortalezas y la corrección de las debilidades.

Con el propósito de crear nuevas alternativas de esparcimiento y diversión que cumplan con las expectativas de los cristianos evangélicos de la ciudad de Ocaña, que buscan un lugar que permita espacios cálidos, comodidad, buen servicio, variedad en bebidas y acompañamientos; se plantea la creación de un Café con identidad Cristiano evangélica que rompa con la estructura física y administrativa de los actuales.

Actualmente, los establecimientos existentes en este sector están enfocados hacia el trago y la música bulliciosa, por lo tanto no hay lugar al diálogo tranquilamente ni al alimento espiritual.

A los alrededores del Centro de Ocaña, se encuentran ubicados tres establecimientos orientados a la especialidad de café y comidas similares, como Macondo, Cedros del Líbano y Rinaro, sin embargo al observar la estructura física, los productos y servicios ofrecidos, se

concluye que no existe un ambiente acogedor, acompañamientos, variedad e innovación en bebidas y buen servicio al cliente; siendo estos factores los más importantes para lograr el posicionamiento del establecimiento.

El Centro de la ciudad está conformado por un gran número de zonas residenciales; de igual forma es la zona más transitada de la región y de mayor intercambio comercial, esto hace que el sector sea frecuentado por personas de otros municipios de la región, que buscan diálogo, paz y tranquilidad.

Mediante el estudio de mercados realizado a través de una encuesta y observación de la competencia directa e indirecta, se pretende conocer las preferencias en cuanto a bebidas, acompañamientos, eventos e infraestructura de los Cafés, con el fin de analizar la viabilidad de la creación de este tipo de negocio en la ciudad de Ocaña.

En la creación de este tipo de empresa, es fundamental el servicio, puesto que éste se define como actos, esfuerzos o actuaciones que se encaminan a lograr una plena satisfacción del cliente. Por lo tanto, se define en esta investigación la oportunidad de crear un Café, con servicios adicionales para el acompañamiento espiritual de las personas que visiten este lugar, logrando de esta forma mantener la fidelidad de los consumidores lo que conlleva a atraer nuevos clientes potenciales a través de la publicidad de boca en boca.

4.1.1 Encuesta dirigida a los habitantes cristianos evangélicos de Ocaña, Norte de Santander.

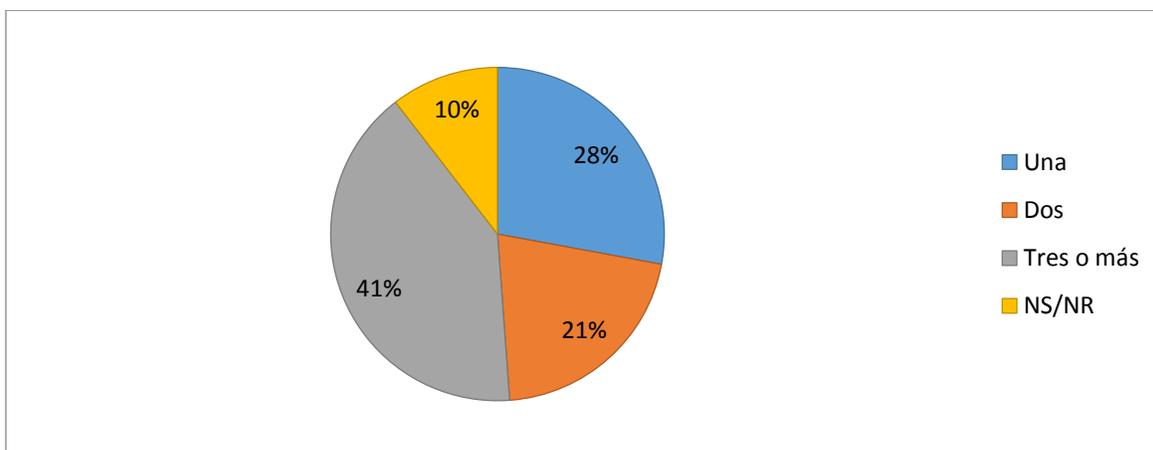


Figura 1. Frecuencia de visitas mensual a un café

Nota Fuente: Autor del proyecto.

Como se puede observar un 90% asiste por lo menos una vez al mes a un café o cafetería, aún mejor un 41% del total encuestado va con una frecuencia igual o mayor a tres veces mensual. Este dato nos revela que la población cristiana ya posee un hábito de consumo en este tipo de negocios o bien el de compartir con otras personas. Así es como el resultado de este ítem se convierte en una oportunidad para la creación del Café cristiano.

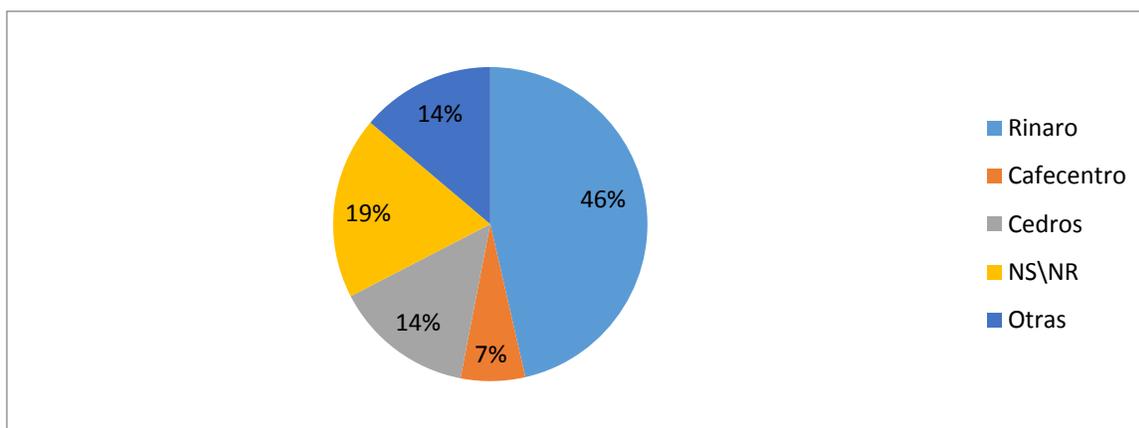


Figura 2. Cafeterías visitadas con más frecuencia

Nota Fuente: Autor del proyecto.

Dentro del listado otorgado en la encuesta, Rinaro es el café más visitado con un 46% de respaldo, seguido de un 19% que prefiere no dar respuesta, y un 14% tanto para Cedros como para otras cafeterías dentro de las que enlistan: las de Herbalife, la de Bellas Artes, Universidad, Macondo y Anda Lucía.

Esta preferencia por Rinaro, puede apoyar nuestro deseo de un ambiente cálido para conversar y compartir momentos especiales.

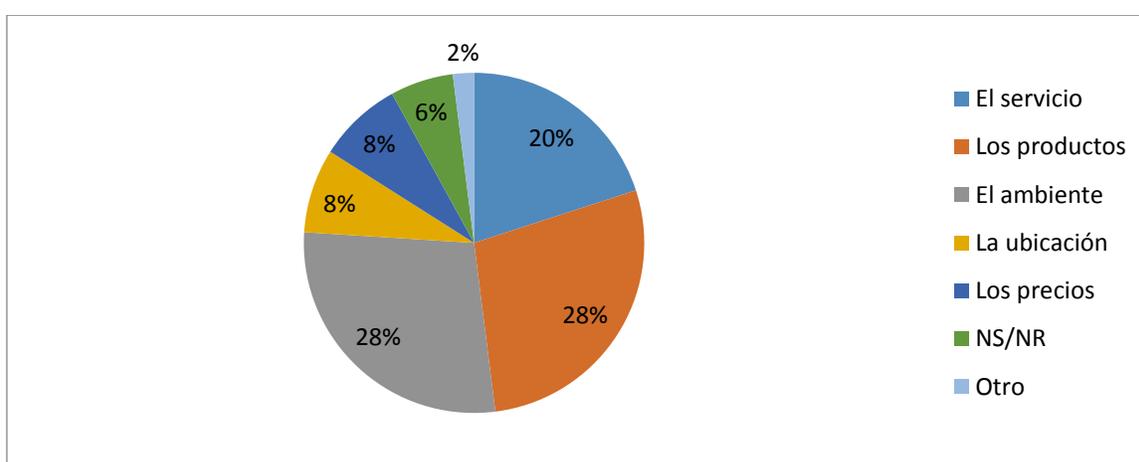


Figura 3. Motivación para visitar una cafetería

Nota Fuente: Autor del proyecto.

El motivo que más impulsa a los cristianos a visitar una cafetería es el ambiente y los productos, seguido de un excelente servicio. Estos tres pilares serán primordiales en las características que distinguirán al Café cristiano.

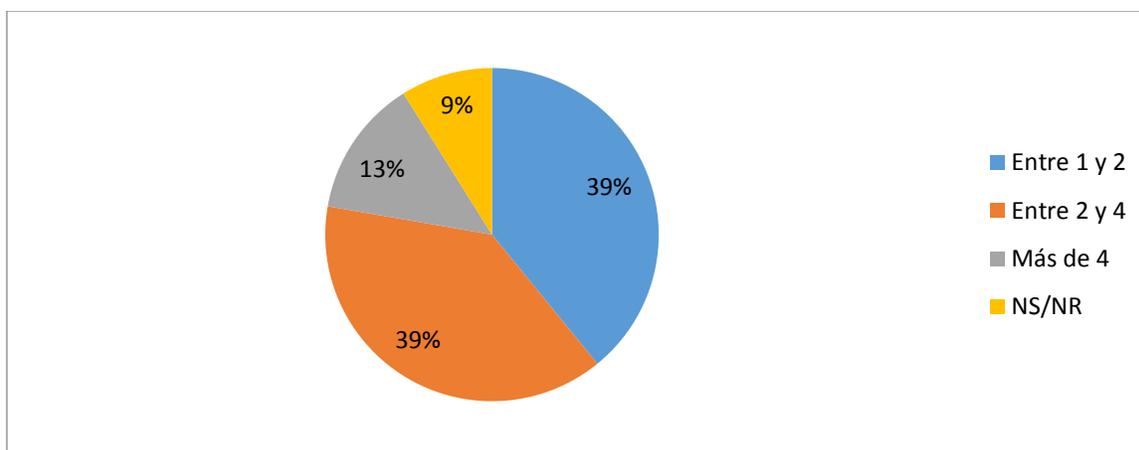


Figura 4. Número de acompañantes con los que visita la cafetería

Nota Fuente: Autor del proyecto.

La mayoría de las personas van solas o con un máximo de 4 acompañantes, algunos encuestados comentaban que esto debido a que buscaban cambiar de ambiente y relajarse mientras retomaban sus actividades cotidianas, otros comentaban que buscaban estos ambientes para compartir en familia y generalmente su núcleo no ascendía a más de cuatro personas.

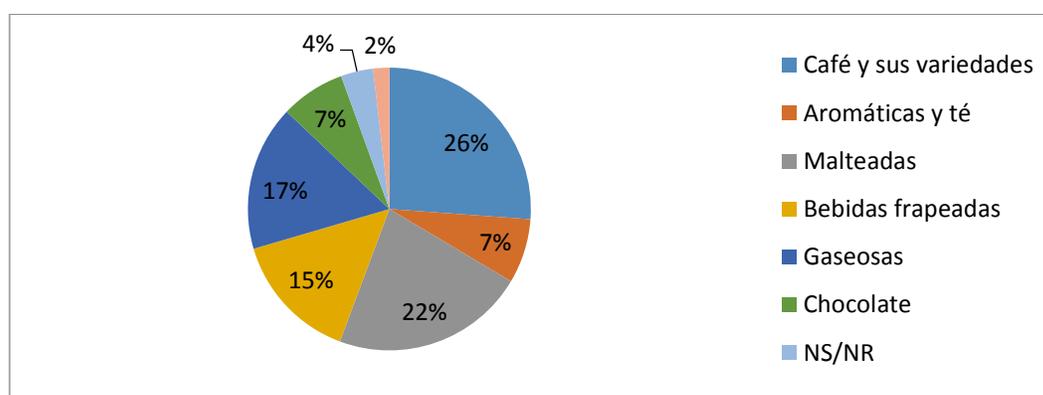


Figura 5. Bebidas consumidas con mayor frecuencia

Nota Fuente: Autor del proyecto.

Las bebidas que suelen consumir con más frecuencia los cristianos evangélicos en las cafeterías son precisamente el café y todas sus variedades seguido de malteadas y gaseosas, igualmente las bebidas frapeadas también tienen buena aceptación. Por tanto, estos productos serán indispensables para incluirlos en el portafolio de productos del Café cristiano.

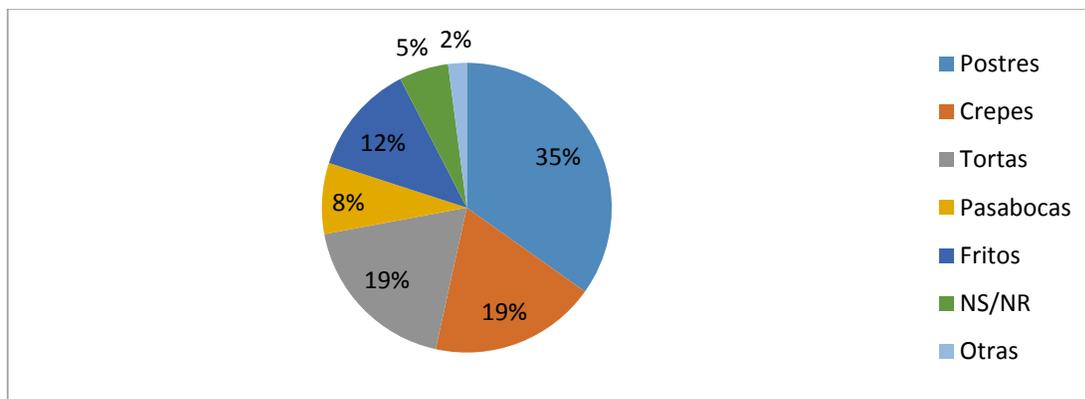


Figura 6. Comidas de preferencia

Nota Fuente: Autor del proyecto.

Las comidas preferidas para consumir en las cafeterías son los postres (35%), seguido por los crepes y las tortas (19%). De igual forma con un respaldo del 12% los fritos representan buena elección para un gran segmento de los encuestados.

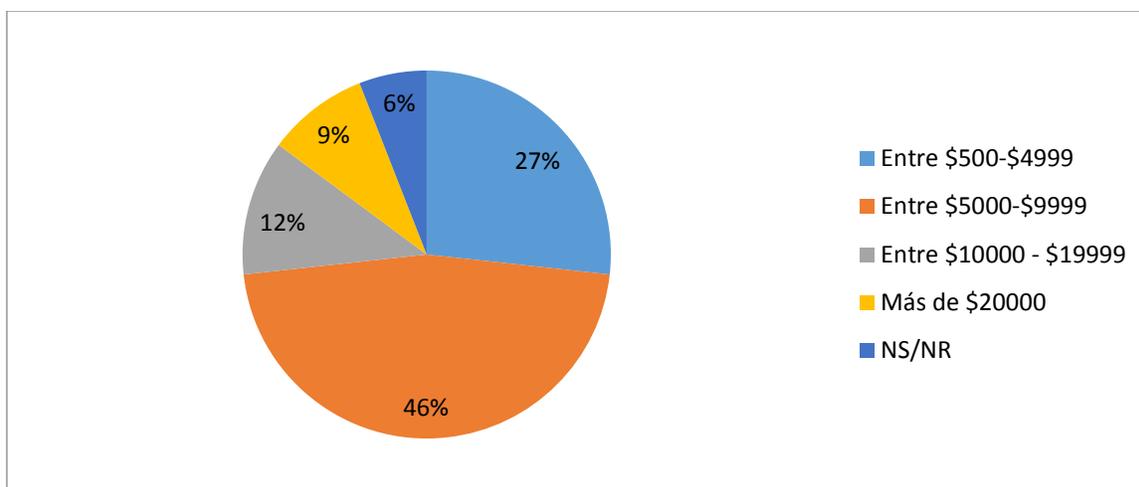


Figura 7. Promedio de consumo

Nota Fuente: Autor del proyecto.

El consumo promedio en pesos colombianos del 46% de los encuestados es de \$5.000 hasta \$10.000, seguido del promedio entre \$500 a \$4999, que representa un 27%. Este consumo será la base demandada y del mismo dependerán los ingresos, por ende, son de vital importancia a la hora de establecer el valor agregado del Café para que la frecuencia de visita sea mayor y así maximizar el valor de la empresa.

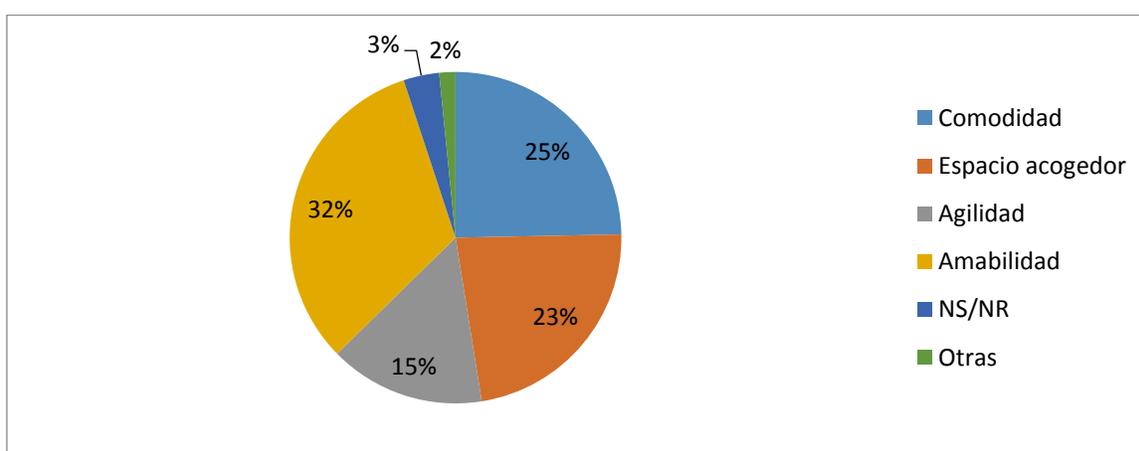


Figura 8. Servicios considerados los más importantes

Fuente: Autor del proyecto.

Para la población encuestada la amabilidad es considerado el servicio más importante, por tanto se tendrá en cuenta este requisito a la hora de contratar el personal requerido. Corroborando los porcentajes que arroja la Figura 3, sobre la importancia del ambiente como motivo para visitar el Café; este ítem nos muestra que la comodidad y el espacio acogedor son vitales para el 48% de los cristianos evangélicos encuestados.

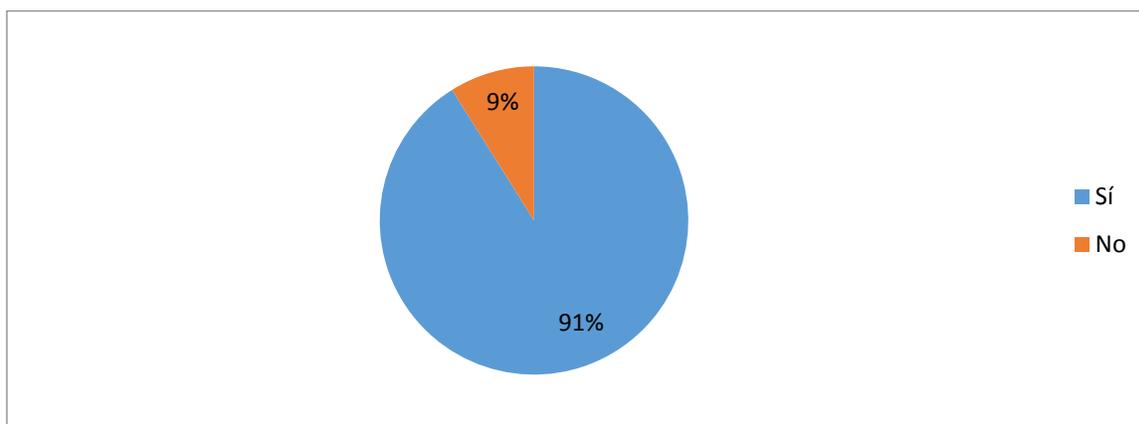


Figura 9. Aceptación de la idea de negocio: Café cristiano

Nota Fuente: Autor del proyecto.

Un 91% de los cristianos evangélicos acepta la idea de la creación de un Café cristiano, incluso en respuestas extensas expresaban cuán necesario se hace este tipo de espacios, debido a que los existentes expenden bebidas alcohólicas y el comportamiento de algunas personas que van deterioran un poco el ambiente. Este Café podría brindar la tranquilidad para compartir con los hermanos, escuchar música cristiana. Otros añaden: es algo que genera identidad, apoyo, es algo innovador, que otorga comodidad.

Vale resaltar dentro de las personas que no aceptan la idea, los comentarios respectivos son: por pereza, religiosidad, y que “se vuelven temáticos hablando a cada rato de lo mismo”

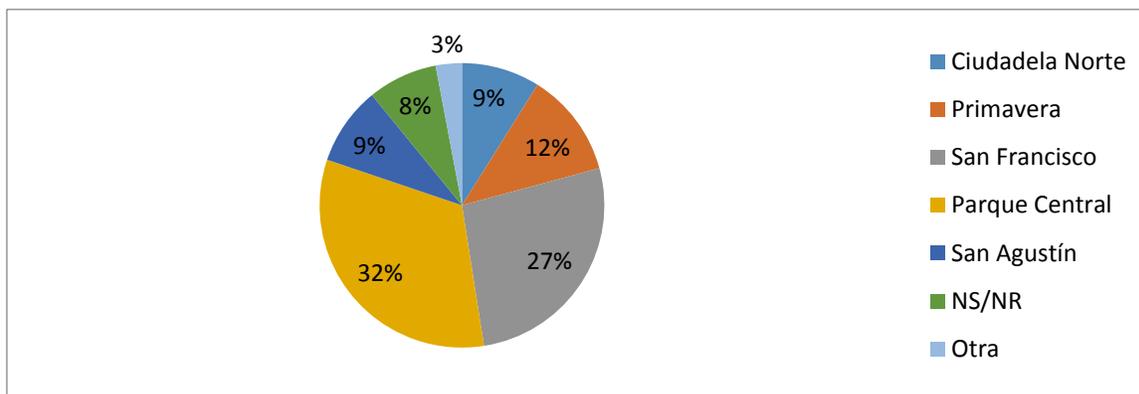


Figura 10. Preferencia de ubicación del Café

Nota Fuente: Autor del proyecto.

Un 32% prefiere que el Café esté ubicado cerca a la Plaza Parque 29 de Mayo, y un 27% cerca de San Francisco. Un porcentaje representativo del 12% desearía estuviese ubicado en la Primavera, por ende cabría la posibilidad de tener una sucursal si el Café central fuese un éxito.

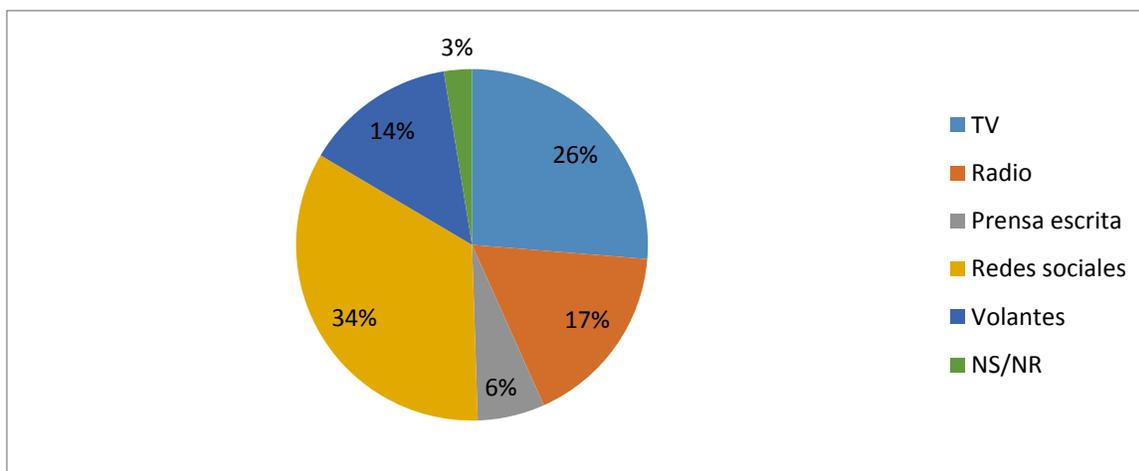


Figura 11. Medios publicitarios de preferencia

Nota Fuente: Autor del proyecto.

Es una ventaja observar que un 34% de la población desee que se publicite el Café a través de las redes sociales, debido a que los costos son menores al utilizar estos medios. Con un 26% la televisión es el segundo medio de preferencia, y como tercera opción la radio (17%).

Diagnóstico situacional

Una vez consolidados los datos de la encuesta, se puede observar que los cristianos evangélicos avalan la creación de un café cristiano en la ciudad de Ocaña.

Dichos resultados arrojan que algunos creyentes tienen la cultura de asistir con familiares y amigos a sitios relacionados con los servicios que ofrecería el Café cristiano, la frecuencia de consumo es de 3 veces por mes y asisten generalmente con 2 o 3 acompañantes.

En promedio consumen entre \$5.000 a \$10.000 por cada visita.

Los cristianos encuestados consideran que el buen servicio, la variedad y calidad de los productos ligado a un ambiente agradable, son factores relevantes que les motivan a la hora de seleccionar el café.

Dentro de los servicios que consideran de vital importancia, cabe resaltar la amabilidad, la comodidad y el espacio acogedor.

La mayoría de encuestados desean el café quede ubicado en la zona céntrica de Ocaña.

4.1.2 Descripción de Kyrios Coffee. La expresión Kyrios es de origen griego que significa “Señor”, “Maestro” “Amo”, “Dueño”. Por parte de los cristianos, Kyrios es usado como sinónimo de Dios o Jesús.

Descripción del producto. KYRIOS Coffee, brindará un servicio muy importante a la ciudad de Ocaña, ya que allí se buscará satisfacer las necesidades de un sector muy poco atendido por el comercio como lo es la iglesia cristiano evangélica, sus miembros buscan salir de sus rutinas laborales diarias, compartir con los hermanos en Cristo, con sus familias, y no encuentran un lugar donde reunirse sin que se permeen de bebidas alcohólicas o música que no es de su preferencia.

En KYRIOS Coffee los empleados se convencerán de que operar conforme a los principios bíblicos y esforzarse por hacer las cosas bien son aspectos vitales del éxito. De esta manera, se garantiza la calidad de los productos, de la atención al cliente y demás funciones.

Adicional a la gran variedad de productos novedosos en la región, lo primordial es garantizar un ambiente acogedor, propicio para el diálogo y el compartir, decorado con mensajes bíblicos y al compás de diferentes acordes ejecutados para la gloria de Dios e interpretados por artistas cristianos.

Se podrá contar además con consejeros, música en vivo, libros, proyección de videos musicales y predicaciones, cuando lo solicite el cliente.

En el (Apendice B), se muestran condensados los diferentes productos que se ofrecerán en el Café:

Las líneas de productos a ofertar son:

Expreso:



Opciones refrescantes:



Infusiones:



Figura 12. Bebidas

Nota Fuente: Autor del proyecto

Preparados al instante.

Sandwiches:



Crepes:



Por convenio y/o contratación

Muffin:



Pastelería:



Croissant:



Fritos:



Figura 13. Alimentos

Nota Fuente: Autor del proyecto

4.1.3 Descripción de la demanda. Según la encuesta realizada se ha determinado que un aproximado del 91% desea se cree un Café para cristianos, lo cual equivale a 184 personas que demandarían el servicio inicialmente.

Para determinar la demanda del servicio de Kiryos Coffee se tendrá en cuenta los resultados condensados en las Figuras 1 que relaciona la frecuencia de visita y la Figura 4, el número de acompañantes, contrastando con el 91% de aceptación por la muestra y proyectando según la base poblacional total.

Así entonces, al observar que la frecuencia promedio de visita es de 3 veces por mes, y el número de acompañantes de 2 a 3 personas, el número inicial de demandantes lo estableceremos así: $[184*3*2= 1104]$, basándonos en la población total de 3550, tendríamos un porcentaje de cobertura del 30%.

El incremento de demanda porcentual será del 10%, esto conllevaría a que aún cinco (5) años después estemos con demanda potencial disponible del 20% teniendo en cuenta el 90% de la población cristiana evangélica que desea utilizar el servicio.

Tabla 3.

Número de cristianos evangélicos que demandan el servicio de Kiryos Coffee, población total

ITEM/ AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
Porcentaje de Cobertura	30%	40%	50%	60%	70%
Número de cristianos evangélicos que demandarían el servicio	1104	1420	1775	2130	2485

Nota Fuente: Autor del proyecto

4.1.4 Descripción de la oferta. En la determinación de la oferta se tendrá en cuenta la capacidad de prestación del servicio, así como la infraestructura física dispuesta para el proyecto, la capacidad instalada y la capacidad financiera pero la utilizaremos con mayor veracidad cuando este estudio se aplique.

El número de personas que se pueden atender al mismo tiempo inicialmente será de 40, contando con diez (10) mesas de cuatro (4) puestos. Sin duda, esta capacidad sobrepasa la demanda estimada, teniendo en cuenta que las personas vienen en horarios y días distintos.

Los porcentajes de cobertura estarán basados en la demanda estimada para cada uno de los años. Seguidamente se realiza un incremento del 5% anual.

Tabla 4.

Oferta

ITEM/ AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
Porcentaje de Cobertura	3,5%	3%	2,5%	2,0%	1,5%
Número de personas con disponibilidad para atender	40	42	44	46	48

Nota Fuente: Autor del proyecto

Si bien, el crecimiento en la capacidad instalada se queda corto ante la demanda proyectada, este porcentaje de incremento para la oferta se tiene en cuenta debido a que los locales disponibles para arrendar no tienen mayor capacidad. Si en el transcurrir de los años la oferta es superada por la demanda se pensará en abrir sucursales, iniciando con el sector en la Primavera.

4.1.5 Determinación de precios. Para hallar precio de venta de cada uno de los productos del portafolio, se tuvo en cuenta la fórmula: $\frac{\text{precio de costo unitario}}{1-\text{utilidad esperada}} = \text{precio de venta}$; donde el precio de costo dependerá de cada uno de los productos y la utilidad esperada se estipula en 50% (0,5).

Teniendo en cuenta los ingredientes de cada producto se estimó un costo unitario y vale resaltar que los demás precios son las respectivas cotizaciones que se hicieron con las empresas convenidas como panaderías y postreerías.

Una vez aplicada la fórmula a cada producto se obtiene el siguiente listado.

Tabla 5.

Lista de precios

LISTA DE PRECIOS		
	COSTO	PRECIO
	ESTIMADO	DE VTA
BEBIDAS		
EXPRESO:		
• Expreso	\$300	\$600
• Café Largo	\$550	\$1.100
• Café con Leche	\$600	\$1.200
• Cappuccino	\$900	\$1.800

• Chocolate Caliente	\$1.000	\$2.000
• Latte Macchiato	\$1.150	\$2.300
• Bicerin	\$1.150	\$2.300
• Café con naranja	\$1.250	\$2.500
• Café con nata	\$1.250	\$2.500
• Café Marocchino	\$1.250	\$2.500
• Café Mocha	\$1.250	\$2.500
• Café Ruso	\$1.250	\$2.500
• Irish Coffee	\$1.250	\$2.500
• Macchiato de Caramelo	\$1.250	\$2.500

ALTERNATIVAS REFRESCANTES

Frappé en base de café:

• Café Frappé	\$1.750	\$3.500
• Frappé Moka	\$1.750	\$3.500
• Frappé Caramelo	\$1.750	\$3.500

Frappé en base de Té:

• Té Chaí Frappé	\$1.750	\$3.500
• Té Verde Frappé	\$1.750	\$3.500

Continuación. LISTA DE PRECIOS

Gaseosa 250 ml	\$500	\$1.000
----------------	-------	---------

Gaseosa 350 ml	\$750	\$1.500
----------------	-------	---------

INFUSIONES	\$750	\$1.500
------------	-------	---------

- Manzanilla
- Jengibre
- Tila y Melisa
- Romero
- Hinojo
- Hierba Limón
- Toronjil
- Yerbabuena
- Canela
- Albahaca
- Té Verde
- Té Negro

COMIDAS

MUFFIN	\$750	\$1.500
--------	-------	---------

- Muffin de Arándanos
 - Muffin de Chocolate
 - Muffin de Banano
 - Muffin de Vainilla y Chips de Chocolate
-

-
- Almojábana

SANDWICHES

- | | | |
|-------------------------------|---------|---------|
| • Emparedado 3 Quesos | \$1.000 | \$2.000 |
| • Emparedado de Pollo | \$1.250 | \$2.500 |
| • Emparedado de Jamón y Huevo | \$1.200 | \$2.400 |
| • Emparedado Clásico | \$900 | \$1.800 |

PASTELERÍA

- | | | |
|--------------------------------------|---------|---------|
| • Torta de Caramelo | \$800 | \$1.600 |
| • Torta de Zanahoria | \$800 | \$1.600 |
| • Torta de Limón | \$800 | \$1.600 |
| • Cheesecake Clásico | \$1.000 | \$2.000 |
| • Cheesecake de Maracuyá | \$1.000 | \$2.000 |
| • Cheesecake de Frutos Rojos | \$1.000 | \$2.000 |
| • Galleta de chocolate | \$550 | \$1.100 |
| • Galleta de Chocolate Blanco y Nuez | \$550 | \$1.100 |
| • Galleta de Avena | \$550 | \$1.100 |

Continuación. LISTA DE PRECIOS

CROISSANT

- | | | |
|------------------------------|---------|---------|
| • Croissant de Jamón y Queso | \$1.100 | \$2.200 |
| • Croissant de Mantequilla | \$1.100 | \$2.200 |
| • Croissant de Pollo | \$1.100 | \$2.200 |

• Croissant de Queso	\$1.100	\$2.200
• Churro de Queso	\$750	\$1.500
• Churro de Queso y Bocado	\$750	\$1.500

CREPES

• Crepe de Frutos Rojos	\$3.000	\$6.000
• Crepe de Arequipe	\$3.000	\$6.000
• Crepe de Chocolate	\$3.000	\$6.000
• Crepe de pollo, jamón y queso	\$3.500	\$7.000
• Crepe de pollo con champiñones	\$3.500	\$7.000

FRITOS

\$900 \$1.800

-
- Empanada de Pollo
 - Empanada de Carne
 - Empanada Hawaiana
 - Empanada de Jamón
 - Empanada Mixta
 - Empanada de Queso
 - Empanada Colombiana

Fuente: Autor del proyecto

4.1.6 Determinación de canales de prestación del servicio. KYRIOS COFFEE, tendrá un canal directo de distribución en el que se tendrá mayor control a la hora de ofrecer un servicio de calidad a los clientes.

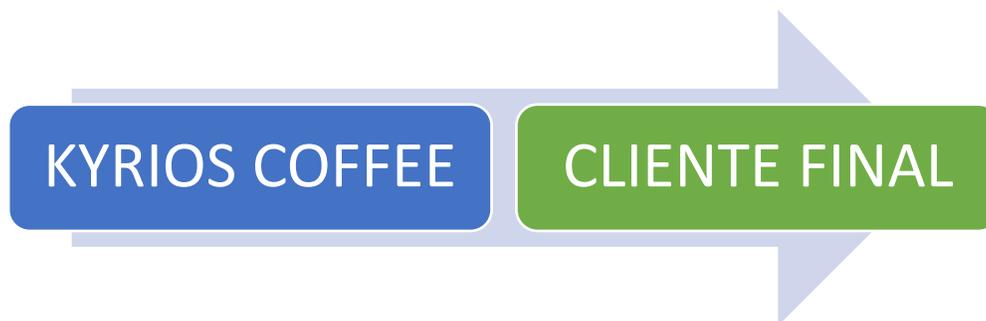


Figura 12. Canales de prestación del servicio

Fuente: Autor del proyecto

4.1.7 Diseño publicidad y promoción. La estrategia inicial para introducir el servicio a la comunidad, teniendo en cuenta los resultados mostrados en la Figura 11, sobre los medios publicitarios de preferencia, serán las redes sociales y anuncio publicitario en los canales comunitarios. Luego, se incluirá una cuña radial.

4.1.7.1 Objetivo publicitario. Dar a conocer a KYRIOS COFFEE a la comunidad cristiana evangélica y ocañera en general, haciendo énfasis en el ambiente cálido, servicio de calidad y consejería. La estrategia publicitaria a emplear se basa en el empleo anuncios a través de redes sociales, y publicidad televisiva. El presupuesto mensual para la publicidad se estableció en \$30.000 en el canal comunitario TV San Jorge. En los siguientes años se espera que los clientes del Café publiquen con sus recomendaciones a Kyrios Coffee.



Figura 13. Slogan. KYRIOS Coffee “Refresca tu espíritu”

Fuente: Autor del proyecto

KYRIOS COFFEE
«Refresca tu espíritu»

KYRIOS COFFEE

Identificate...

Ven y disfruta de exquisitas bebidas a base de café y deleita tu paladar con alimentos diferentes, mientras disfruta de un cálido ambiente bajo los acordes de música cristiana y la calidad humana que sólo Dios puede formar.

¡Ven y *refresca tu espíritu!*

KYRIOS COFFEE
«Refresca tu espíritu»

Ven y disfruta de exquisitas bebidas a base de café y deleita tu paladar con alimentos diferentes, mientras disfruta de un cálido ambiente bajo los acordes de música cristiana y la calidad humana que sólo Dios puede formar.

momento de un café... o té

¡Ven y *refresca tu espíritu!*

Figura 14. Diseño de publicidad televisiva.

Fuente: Autor del proyecto

4.2 Estudio técnico

El estudio técnico es un medio que brinda a la presente investigación un marco de referencia, acerca de la localización geográfica, tamaño y distribución en planta, maquinaria y equipo, proveedores y análisis de los tiempos y movimientos en que incurren los diferentes procesos para lograr la plena satisfacción del cliente que asiste a KYRIOS Coffee. Este análisis se realizará con base en un diagrama de flujo que permite mostrar la relación en forma secuencial de las diferentes operaciones individuales del proceso de la prestación del servicio.

4.2.1 Localización de la empresa.

4.2.1.1 Macro localización. El proyecto se realizara en la ciudad de Ocaña Norte de Santander. (Ver anexo C)

4.2.1.2 Micro localización. El establecimiento KYRIOS Coffee iniciará actividades en un local arrendado en la zona de la Plaza Parque 29 de Mayo. (Ver anexo C)

4.2.2 Tamaño del proyecto. Para la determinación del tamaño del proyecto se tiene en cuenta que inicialmente se tomará en calidad de arriendo un local en los alrededores de la Plaza Parque 29 de Mayo. Así mismo, la capacidad instalada de dicho local será de no menos de cuarenta (40) personas, partiendo de la demanda proyectada para 2016, basada en los datos obtenidos de las encuestas realizadas.

4.2.3 Ingeniería del proyecto. La ingeniería del proyecto tiene como objetivo la programación de los flujos y tareas a través de un diagrama basado en el estudio de tiempos y movimientos en las diferentes actividades a desarrollar para la prestación del servicio.

Adicionalmente, es importante conocer los recursos físicos que intervienen en el proceso productivo del Café para lograr la plena satisfacción del cliente, como son los proveedores, los insumos, la maquinaria e infraestructura local.

4.2.3.1 Datos del producto. El tipo de productos y/o servicios ofrecidos por KYRIOS Coffee se puede presentar en dos divisiones.

- **Producto Básico:** De acuerdo, a las necesidades de la pirámide de Maslow corresponde a las sociales o de afiliación, esta necesidad desarrolla la participación del humano en actividades deportivas, culturales y recreativas, “el hombre por naturaleza tiene la necesidad de relacionarse y agruparse, en familia o con amigos o formalmente en las organizaciones”.

- **Producto Real:** El producto real se define como: bebidas de café, bebidas refrescantes, infusiones, alimentos y acompañamientos.

4.2.3.2 Identificación y selección del proceso. Se identifican dos procesos claves para el funcionamiento del Café: servicio al cliente y operación.

Proceso de servicio al cliente.

Se considera el proceso más importante y sensible del Café ya que del buen servicio depende la fidelidad del cliente y el consumo, por ello, este proceso debe ser realizado por un especialista en el tema, el proceso será descrito en tres etapas.

- Cuando el cliente ingresa al establecimiento, será atendido por un mesero, quien lo ubicará en el lugar elegido por él mismo, en caso de que el cliente ingrese y se acomode a la espera de un mesero.
 - El mesero entregará la carta de productos ofrecida por KYRIOS Coffee, toma el pedido con los productos elegidos por el cliente. En original y copia.
 - El mesero se dirige al cocinero, con la orden realizada.
 - El cocinero realizará el alistamiento de los productos correspondientes, dependiendo del producto elegido utilizará diferentes insumos en el caso de los cafés combinará todos los ingredientes, con los utensilios correspondientes para la elaboración del mismo por ejemplo la máquina de café.
 - El cocinero entrega al mesero correspondiente el producto solicitado por el cliente.
 - El mesero toma la bebida y/o alimento y se dirige a la mesa que corresponde, sirve los productos respectivamente.
 - Terminado el producto el mesero debe percatarse si el cliente desea solicitar más productos de ser afirmativo se realiza nuevamente el anterior proceso, de ser negativo el cajero solicita la cuenta correspondiente.
 - El mesero entrega la factura respectiva al cliente.
 - El cliente entrega el dinero al mesero el cual se dirige a la caja para cancelar la cuenta.
 - El mesero entrega la factura de cancelado con el cambio respectivo.

- El mesero limpia la mesa correspondiente

Proceso operación.

La operación comprende el conjunto de actividades necesarias para prestar un excelente servicio al cliente antes de la apertura del local, éstas hacen referencia al control de inventarios, logística y mantenimiento en general entre otras:

- La operación diaria comienza cuando los empleados ingresan al Café.
- El administrador realiza la distribución de funciones a los empleados dependiendo su especialidad.
- Cada funcionario debe realizar un control de inventario en caso de los cocineros, un funcionario encargado del control del sonido y logística en general y los demás se encargarán del mantenimiento del local.
- El administrador solicita a los proveedores, productos en caso que se necesite y realizará la distribución correspondiente.
- El cajero (administrador) realizará cierre de caja del día anterior e informará al administrador y en conjunto proyectarán el flujo de caja.
- El administrador realizará un check list general a todas las zonas de trabajo verificando la calidad del mantenimiento para la atención al cliente.
- Apertura del establecimiento para la atención al cliente.
- Ejecución diaria de servicios.

Diagrama de flujo.

Los diagramas de Flujo permiten conocer al detalle las actividades necesarias para la elaboración de los productos (bebidas y alimentos), y los tiempos en que se incurre desde la entrada del cliente hasta el pago de la factura.

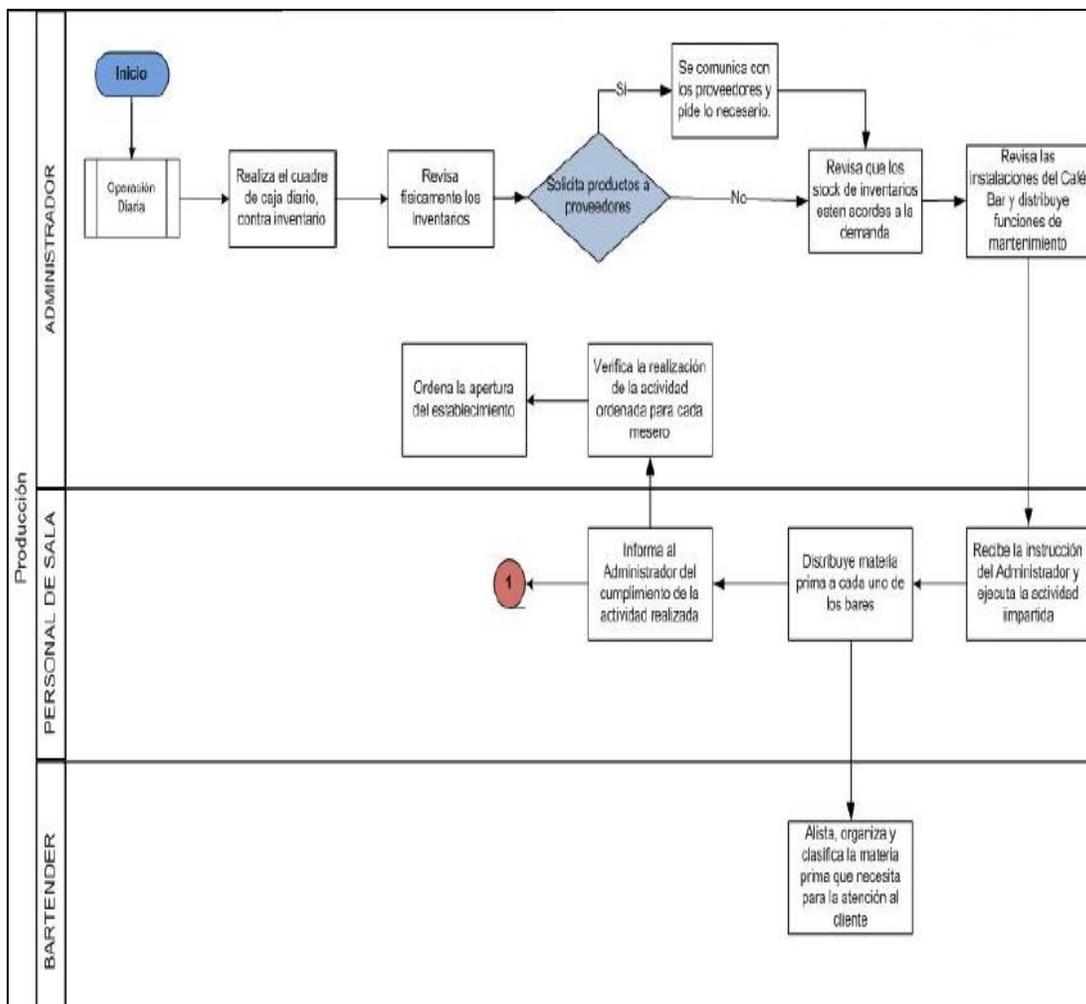


Figura 135. Mapa de proceso para la operación diaria

Nota: Autor del proyecto **Servicio al cliente**

De acuerdo a la matriz, en promedio un cliente puede permanecer en el establecimiento durante 79.90 minutos este tiempo puede disminuir dependiendo de la demora del cliente para tomar su elección y la preparación del producto elegido.

ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	SIMBOLOGIA					DURACION Minutos	OBSERVACIONES
		Operación	Revisión	Transporte	Demora	Archivo		
1	Recepción y ubicación del cliente	●					1	Se hace el pedido con anterioridad
2	Presentación de la carta de productos	●					3	
3	Elección de los productos por el cliente	●					10	>10 dependiendo la preparación de productos
4	Toma del pedido	●					2	
5	Desplazamiento mesero a Barra	●					0,3	>10 dependiendo la preparación de productos
6	Bartender prepara los productos solicitados	●					10	
7	Bartender entrega los productos elaborados al mesero	●					1	
8	Mesero verifica pedido	●					1	
9	Desplazamiento mesero de barra a mesa del cliente	●					1	Tope maximo que un cliente podria demorarse en consumir el producto
10	Consumo del producto						40	
11	Cliente decide solicitar mas productos o retirarse del establecimiento						2	
12	Cliente solicita factura						1	
13	Mesero entrega factura a cliente	●					2	
14	Desplazamiento del mesero de la mesa a la caja	●					0,3	
15	Cajero registra la venta	●					1	
16	Mesero se transporta de la caja a la mesa	●					0,3	
17	Mesero entrega cambio y factura debidamente sellada	●					1	
18	Mesero levanta y limpia la mesa	●					3	
Simbologia		Operación	Revisión	Transporte	Demora	Archivo	Total	
							34	
							Porcentaje	
							30,3	
							1,25	
							2,37	
							66,30	
							0	
							79,90	
							100%	

Figura 16. Matriz de atención al cliente

Nota: Café Bar Salsero Av. Las Américas

4.2.4 Requerimientos físicos.

4.2.4.1 Inversión en propiedad planta y equipo. La empresa necesita de una serie de activos para su eficaz funcionamiento, entre los que se encuentran aquellos que auxilian las tareas administrativas, así como las labores y actividades en general.

4.2.4.2 Equipos de computación y comunicación. Equipos indispensables para las funciones administrativas del café cristiano.

Tabla 6.*Maquinaria y equipo*

REQUERIMIENTO	CANTIDAD	COSTO (\$)
Silla Eterna	40	\$2.080.000
Mesa Rimax	10	\$1.240.000
Vitrina Torrey	1	\$2.000.000
Vitrina Giratoria	1	\$5.000.000
Licadora Oster	1	\$280.000
Juego Oster	2	\$200.000
Nevera Centrales	1	\$910.000
Microondas Mabe	1	\$148.000
Estufa Mabe	1	\$520.000
Cubiertos Tramotina	50	\$1.100.000
Vajilla	50	\$4.545.000
Cristales (Vasos)	50	\$150.000
Caneca de Vaivén	3	\$360.000
Máquina para granizados	1	\$300.000
Cafetera Oster	1	\$400.000
Set de Cuchillos	1	\$260.000
Sanduchera Universal	1	\$80.000
Baterías de Ollas	1	\$216.000
Set de Utensilios	1	\$80.000
TOTAL		\$18.779.000

Nota: Autor del proyecto

En el Apéndice D se relacionan las cualidades técnicas de los equipos requeridos.

4.2.5 Proveedores e insumos. El flujo de materiales a través del sistema de una empresa es la manifestación física del flujo de caja, y su control es fundamental para mantener un correcto sistema de producción y un manejo adecuado de los inventarios.

Los proveedores son la fase inicial del flujo de materiales y por lo tanto es indispensable realizar una correcta selección de ellos, debido a que en este tipo de negocio planteado en la investigación, un producto defectuoso atenta directamente la salud del cliente. Por lo tanto, las siguientes especificaciones son necesarias al momento de elegir los proveedores del Café:

- Calidad de los insumos, lo que permite fabricar un producto en excelentes condiciones.
 - El precio es un factor que afecta directamente los costos de la empresa, sin embargo es importante que más que un precio bajo en los insumos, sea un precio justo por el buen estado de los alimentos y bebidas que se adquieren.

Adicionalmente, se deben generar acuerdos de negociación con el proveedor para alcanzar descuentos por pronto pago o por compra de altos volúmenes de mercancía.

- La cobertura que brinden los proveedores facilita la disponibilidad inmediata del producto y el transporte adecuado para conservar el buen estado de los insumos.

- Es importante que el proveedor tenga la suficiente capacidad y responsabilidad de suministrar los insumos en el momento oportuno, en la cantidad solicitada y la calidad apropiada, con el fin de no generar inconvenientes en la empresa por falta de inventarios.

- El servicio prestado por el proveedor es indispensable para mantener las buenas relaciones a lo largo del ciclo de vida de la empresa, debido a que se busca que el proveedor aparte de brindar los insumos como los requiere el Café, tenga la capacidad de cubrir contingencias y brindar soluciones, a los problemas que se puedan presentar con los inventarios.

Al igual que los proveedores la materia prima también juega un papel importante en el proceso de compra, debido a que esta interviene en el proceso productivo y financiero de la empresa. Los insumos que se requieren para el buen funcionamiento del Café, deben cumplir con las siguientes características:

- Calidad: el éxito de brindar un producto terminado que satisfaga plenamente las necesidades y preferencias del cliente, inicia con la verificación de la calidad de los insumos, aunque no basta con recibir de manos de los proveedores la materia prima en óptimas condiciones sino se tienen los controles mencionados a continuación, para preservar el estado de la mercancía adquirida:

Inspección de las fechas de vencimiento, con el fin de mantener el controlen el sistema de inventarios PEPS.

Correcta manipulación de la materia prima en el momento de la recepción y almacenaje, con el fin de evitar maltratar y averiar los insumos.

Realizar correctamente el corte y limpieza de los alimentos antes de refrigerarlos.

Utilizar recipientes limpios para almacenar los insumos y clasificarlos por grupos en el momento de refrigerar.

- Cantidad: todos los insumos tienen una permanencia diferente en inventarios, debido a que unos tienen mayor salida que otros, o simplemente porque unos son precederos y otros no. Por lo tanto, se debe llevar un control a diario de las cantidades exactas que se deben mantener para el buen funcionamiento del Café, y de esta forma llegar a acuerdos financieros con el proveedor y de esta forma adquirir descuentos y beneficios en la forma de pago.

- Confiabilidad: Es fundamental analizar los proveedores, con el fin de obtener los insumos con la calidad, cantidad y condiciones de fecha y lugar de entrega, con el objetivo de ofrecer a nuestros clientes los productos sin ningún contratiempo.

- Servicio: Los proveedores son fuente de garantía para el éxito de la operación diaria del Café Bar, pero además de esto deben ofrecer factores fundamentales como soluciones crediticias, excelente asesoría, descuentos, estabilidad de procesos, cambio de materia prima de no cumplir con las especificaciones pactadas.

4.3 Estudio administrativo y legal

El estudio administrativo, comprende una serie de conocimientos, principios y herramientas que son indispensables para obtener la máxima eficacia y calidad en los resultados del negocio. El éxito de la investigación radica en determinar correctamente los resultados que se pretenden obtener, así como del análisis del entorno para controlar las amenazas y debilidades que afecten el ente económico y de igual forma maximizar las oportunidades del mercado y las fortalezas de KYRIOS Coffee.

Es fundamental contar con una propuesta estratégica adecuada con el fin de crear y mantener una mezcla de marketing apropiada, de manera que se logren mejorar los métodos y recursos existentes, lograr lanzar al mercado un producto innovador que contribuya al éxito en el cumplimiento de los objetivos organizacionales sobre un mercado específico, como es el caso de los cristianos evangélicos en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

Es importante tener estrategias que se relacionen con el marketing mix considerando el producto, la distribución, promoción y precio, siendo estos factores que en la realidad se pueden controlar desde el Café.

Además, se hace necesaria una estructura organizacional con una misión y visión del negocio bien planteadas, una filosofía clara, respaldada por principios y valores corporativos, así como los objetivos organizacionales. Por otro lado, se resalta la importancia de tener estrategias puntuales de competencia, crecimiento y de mercado.

4.3.1 Misión. KYRIOS Coffee es un Café que fundamenta su calidad y servicio a través del amor al prójimo, el respeto, la discreción y el manejo prolijo del trato al cliente en un ambiente innovador, tranquilo y de buen gusto, donde además, podrá saborear una variedad de cafés y comidas, mientras deleita y alimenta su espíritu.

4.3.2 Visión. Para el 2020, KYRIOS Coffee, estará en el grupo de los mejores lugares para visitar en familia y grupo de amigos, reconocido por la calidad en sus productos y el sin igual deleite espiritual, a través de un excelente servicio y exclusividad.

4.3.3 Objetivos.

4.3.3.1 Objetivo general. Brindar un espacio novedoso de verdadera interacción, con servicios y productos de alta calidad que satisfagan a nuestros clientes, mediante la mejora continua de procesos, convirtiendo a KYRIOS Coffee en uno de los líderes del mercado.

4.3.3.2 Objetivos específicos.

Objetivos de Crecimiento y Rentabilidad

- KYRIOS Coffee intensificará sus esfuerzos en el mejoramiento continuo de sus productos y servicios, en asegurar la permanencia de sus clientes e incrementar la captación de nuevos clientes, mediante la excelencia, eficacia y eficiencia en el servicio respondiendo a los retos del mercado.

- Adquirir un local donde KYRIOS Coffee desarrolle sus actividades en un plazo no mayor a 2 años, pasando de ser un costo fijo a un activo de la organización, y poder crecer en capacidad instalada.
- Desarrollar estrategias que permitan maximizar la productividad mejorando los niveles de rentabilidad y un retorno de inversión más inmediato.

Objetivos de Desarrollo Humano

- KYRIOS Coffee buscará la introducción de sistemas de gestión que permitan el mejoramiento de la productividad de la fuerza laboral permitiendo el mejoramiento continuo de la organización fortaleciendo el servicio al cliente.
- Capacitar a nuestros colaboradores en temas referentes a servicio al cliente, riesgos profesionales, preparación, manipulación y organización de productos de Café.
- Implementar evaluaciones de desempeño periódicas que permitan medir la gestión de los colaboradores y su comportamiento laboral dentro de la organización.

Objetivo de Servicio al Cliente

- Mantener a todos los clientes de KYRIOS Coffee, satisfechos con la gran variedad de productos y servicios de excelente calidad.
- Ofrecer un excelente servicio al cliente, manejando un Sistema de Gestión de Calidad, comenzando por la selección de proveedores e insumos, finalizando con la fidelización del cliente.

- Mantener un alto estándar en servicio al cliente mediante procesos de calidad que brinden información de las necesidades de los consumidores de KYRIOS Coffee.

Objetivo de Calidad

- Tener los mejores insumos y marcas para ofrecer una gran variedad de productos a los clientes.
- Contar con un selecto grupo de proveedores que brinden confianza y seguridad para fomentar relaciones estratégicas que permitan cubrir eventualidades en el desarrollo de los procesos de KYRIOS Coffee, y poder mantener el stock necesario para cubrir cualquier requerimiento del cliente.
- Generar recordación de marca KYRIOS Coffee, mediante controles pre y post venta de nuestros productos y servicios.

4.3.4 Principios y valores corporativos.

Amor y pasión. Actuar bajo parámetros de amor a Dios y al prójimo que revelen la pasión que emerge de nuestras almas y espíritus al servirle.

Vocación de servicio al cliente. La constante actitud de respeto y preocupación ante los requerimientos de los clientes internos y externos, manteniendo la excelencia.

Pro actividad. Nos anticipamos y actuamos en consecuencia. Innovamos para encontrar formas nuevas y mejores de hacer las cosas en beneficio del cliente y consumidor final. Nos caracterizamos por ser líderes, sólo seguidores de Dios.

Compromiso. Responsabilidad con las labores encomendadas y con el cliente, visualizando estos como parte del ser del Café y como elementos claves para el éxito total de KYRIOS Coffee.

Trabajo en equipo. Disposición de esfuerzos en procura de la realización de los objetivos estratégicos de la organización, con mayor cohesión manifestada mediante el cumplimiento de los objetivos individuales y grupales con los de la organización.

Competitividad. Ofrecemos servicios y productos de alta calidad, con eficiencia, eficacia y a precios justos.

Calidad. En los procesos, productos y servicios de KYRIOS Coffee enfocado a la satisfacción de las necesidades del cliente.

Comportamiento ético. Actuar dentro de una concepción humanística, responsable y justa con los miembros de la sociedad.

Honestidad. A través de un precio justo por un servicio de calidad.

Equidad. En el manejo de las relaciones laborales con nuestros colaboradores y relaciones comerciales con nuestros clientes y proveedores, con el fin de promover un ambiente digno y justo en el ambiente interno y externo de la compañía.

4.3.5 Políticas. Las políticas se definen de personal, compras y ventas, así:

Personal. El personal que trabaje con la empresa o para la empresa, debe contar con el conocimiento y la capacidad para desempeñar las diferentes modalidades del servicio, para ello es necesario contar con un alto grado de pertenencia y compromiso con la empresa.

El reclutamiento de personal se hará por intermedio de anuncios en las diferentes denominaciones evangélicas y/o anuncios en las redes sociales. Se solicitarán hojas de vida y las referencias de los respectivos líderes pastorales de la denominación a la cual pertenece.

Para la selección de personal se procederá de la siguiente:

Se revisarán las hojas de vida presentadas de las cuales se hará una preselección.

Se constatarán las referencias de comportamiento cristiano de los diferentes candidatos.

Los candidatos con mejores referencias serán llamados para realizarles una entrevista; en la entrevista se seleccionará el personal requerido, que cumpla con el perfil del cargo.

Compras. De todos los aspectos relacionados con las compras necesarias para el buen funcionamiento de la empresa, en el momento en que empiece su funcionamiento, estará encargado el Administrador.

El Administrador seleccionará después de analizar cada portafolio de proveedores, cuál es el más conveniente a la hora de comprar algún insumo, elemento o equipo necesario, después de la puesta en marcha de la empresa.

La forma de pago se hará como estipule la empresa proveedora, sin embargo se intentará manejar el crédito a 30 y 60 días.

Después de este proceso se elaborará la orden de pedido y la salida de caja, seguidamente se procederá a hacer el pedido.

Ventas. La modalidad de venta es auto venta, es decir que el servicio se presta en el establecimiento en el momento en que se atiende al cliente, su venta será de contado.

4.3.6 Estrategias. Las estrategias son la determinación de los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y la adopción de los cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para su cumplimiento (Koontz).

Estrategias de Comerciales

- Evaluar continuamente los gustos del consumidor y las nuevas tendencias para elaborar productos nuevos que cumplan sus expectativas.
- Elaborar productos representativos de cada una de las temporadas del año y de esta forma aumentar el nivel de ventas.

- Realizar publicidad de los eventos que se programen durante el mes, en folletos que se entregan a clientes reales y potenciales.
- Promocionar el establecimiento para realizar eventos como cumpleaños, celebraciones en general y reuniones.

Estrategias de Producción

- Seleccionar a los proveedores de acuerdo con la calidad de los insumos, la localización y la forma de pago que ofrezcan.
- Realizar convenios con los proveedores para obtener descuentos por volumen de compra o descuentos por pronto pago.
- Realizar continuo mantenimiento y revisión de la maquinaria y equipo para aumentar la productividad de estos durante su vida útil.
- Realizar provisiones para reemplazar la maquinaria y equipo obsoleto por uno de mayor tecnología que permita realizar los productos con mayor eficiencia.
- Mantener el nivel de inventarios exacto, con el propósito de almacenar adecuadamente los insumos y evitar deterioros por sobreestimar el nivel de stock de materias primas.
- Determinar por escrito las recetas de cada uno de los productos, para que el cocinero y/o ayudante utilicen la cantidad apropiada de insumos y se eviten de esta forma los desperdicios.

Estrategias financieras

- Evaluar y minimizar continuamente los gastos sin disminuir la calidad de los productos y servicios ofrecidos.

- Mantener y afianzar las relaciones financieras con los bancos, con el propósito de obtener apalancamiento para lograr el crecimiento de la empresa.
- Llevar los registros contables de la empresa durante todo el ciclo de vida, con el fin de conocer el crecimiento y el valor real de la organización en el largo plazo.
- Entregar al cliente factura elaborada por software, para brindarle mayor confiabilidad al momento de realizar el pago.

Estrategias de personal

- Manejar políticas de aumentos salariales, ligados al rendimiento obtenido en cada una de las evaluaciones de desempeño realizadas.
- Realizar un acompañamiento al empleado, para conocer si siente inconformidad y llegar a acuerdos para mejorar el clima organizacional.
- Brindar reciprocidad a las sugerencias o ideas de los empleados, para que se sientan parte vital de la compañía.
- Desarrollar un plan adecuado de selección de personal, con el fin de tener la persona adecuada en cada puesto de trabajo.
- Brindar incentivos al personal que contribuya a aumentar la rentabilidad del negocio.
- Realizar técnicas de motivación con los empleados, mensualmente.
- Brindar a los empleados técnicas de servicio al cliente, con el fin de lograr una ventaja competitiva frente a la competencia.
- Proporcionar la dotación adecuada en cuanto a vestuario e implementos, para el buen funcionamiento de cada uno de los puestos de trabajo.

4.3.7 Estructura organizacional. La estructura organizacional es la forma en que se divide y agrupa el trabajo en las diferentes áreas y la posterior coordinación de las mismas, permite relacionar diferentes roles donde cada persona asume un papel que se espera que cumpla con el mayor rendimiento posible.

El modelo de estructura organizacional que más se ajusta a la compañía es la organización funcional, debido a que inicialmente es una empresa pequeña, lo más apropiado es centralizar la responsabilidad y autoridad con el fin de mejorar la eficiencia de la operación donde las tareas son rutinarias y repetitivas (Chiavenato). El esquema utilizado se basa en la división del trabajo, dependiendo de las actividades más relevantes en el Café.

4.3.7.1 Organigrama.

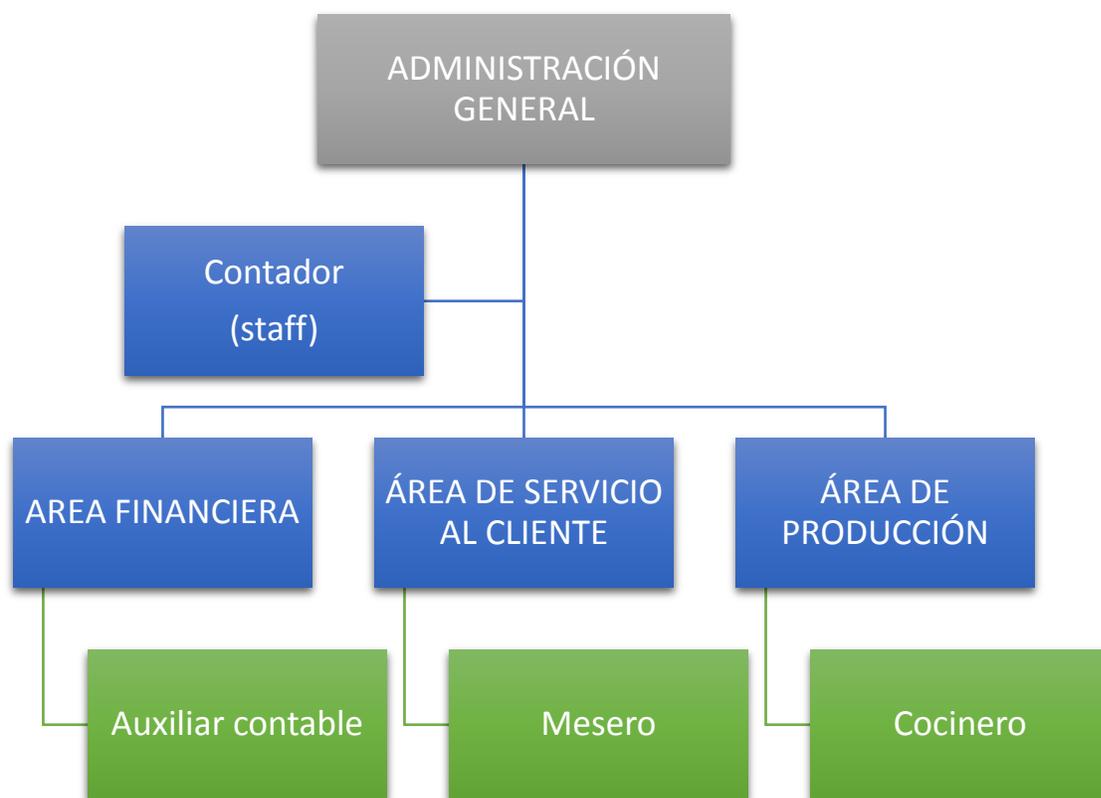


Figura 18. Organigrama

Nota Fuente: Autor del proyecto.

4.3.7.2 Descripción de las áreas.

Administración General. El administrador general es el encargado de la toma de decisiones y sobre él recae la responsabilidad y autoridad para supervisar, dirigir, controlar y evaluar eficaz y eficientemente el cumplimiento de las actividades que correspondan a los demás departamentos del establecimiento.

Dentro de sus actividades, realiza funciones logísticas, de mercadeo y las relacionadas con el talento humano, esto con el fin de enfocar sus esfuerzos al buen manejo de los recursos humanos y materiales para conseguir el logro de los diferentes objetivos organizacionales, relacionando la compañía con el medio externo y permitiéndole encontrar nuevos mercados donde brinde respuestas a las necesidades de los clientes.

Área Financiera. El área financiera se encarga básicamente de manejar el flujo (entradas y salidas) de dinero, es decir las compras, pagos a proveedores y conciliación del flujo de caja diario, adicionalmente tiene la responsabilidad de realizar la contabilidad de los movimientos de la compañía, permitiendo de esta forma generar información valiosa para la toma de decisiones. El área financiera será un staff y dispondrá con un auxiliar contable y/o contador público para todas las operaciones que así lo requieran.

Área de Servicio al Cliente. Las funciones del área de Servicio al Cliente, radican básicamente en brindar satisfacción al cliente, suministrándole los diferentes productos y servicios con la mayor cordialidad, amabilidad y respeto posible, fomentando la fidelidad y satisfacción de la clientela. Esta área cuenta con dos meseros fijos que se programan y se remuneran por turnos.

Área de Producción. El área de producción, tiene como función primordial la elaboración de las bebidas y alimentos ofrecidos a los clientes. Desempeña un conjunto articulado de actividades como la recepción, verificación, transporte y almacenaje de la materia prima, y el mantenimiento e inspección de la maquinaria y equipo, con el fin de ofrecer el mejor

producto de calidad a los clientes. En el área de producción se encuentran dos cocineros en diferentes turnos, el primero de 7 a.m. a 3 p.m. y el otro de 3 p.m. a 10 p.m.

4.3.8 Sistemas de dirección administrativa. La función administrativa de dirección se define como el proceso de influir sobre las personas para lograr que contribuyan a las metas de la organización. Es importante mencionar que toda organización necesita crear un ambiente digno donde se sienta a gusto su factor humano por medio de los factores de motivación, liderazgo, comunicación y sistemas de toma de decisiones.

4.3.8.1 Motivación. La motivación es un estímulo que los directivos brindan a sus colaboradores, con el fin de cumplir sus expectativas y necesidades dentro de la organización y de esta forma orientarlos a que actúen comprometidamente con el logro de los objetivos propuestos en la empresa.

En KYRIOS Coffee, se utiliza como referencia para el factor motivacional la Teoría Y de McGregor, la cual está encaminada al optimismo, dinamismo y flexibilidad debido a que se fundamenta en la autodirección y permite que el empleado integre sus logros con los objetivos de la organización. Es importante aclarar que la Teoría Y, está acompañada del control ejercido por el Administrador General en cada una de las metas a cumplir por cada uno de los empleados.

Las formas de motivación empleadas en el Café son la continua capacitación, las bonificaciones por el cumplimiento de los estándares planteados en cada uno de los cargos de la

organización y el reconocimiento público del empleado del mes por el buen desempeño, brindándole algún incentivo monetario o físico.

4.3.8.2 Liderazgo. Liderazgo es la capacidad de influir sobre las personas para que se esfuercen voluntaria y entusiastamente para lograr las metas del grupo. Una característica innata que debe tener el Administrador General es la de líder, debido a que cuenta con mayor poder dentro de la organización y por lo tanto debe guiar positivamente al grupo de trabajo.

Aunque el Administrador General es el líder formal de la estructura organizacional, los demás empleados son reconocidos como sus seguidores y pueden liderar actividades informales como comités, grupos primarios, equipos deportivos y capacitaciones, valorando de esta forma su conocimiento y participación dentro de KYRIOS Coffee.

4.3.8.3 Toma de decisiones. La toma de decisiones se encuentra centralizada en el Administrador General debido a su estructura funcional y que inicialmente el mismo dueño será quien cubra ésta vacante.

4.3.8.4 Comunicación. La comunicación es el medio que hace útil la información para modificar conductas, realizar cambios y lograr las metas propuestas. El flujo de la comunicación en KYRIOS Coffee se presenta de la siguiente forma:

- Ascendente: Para los colaboradores dar a conocer sus inquietudes, expectativas, necesidades y sugerencias.

- Descendente: Este flujo de comunicación se utiliza para dar a conocer información formal por parte del administrador hacia sus colaboradores inmediatos.
- Horizontal: Entre los departamentos Financiero, de Producción y Comercial.
- Diagonal: En el desarrollo de actividades extracurriculares de la organización.

4.3.9 Sistemas de control. La función de Control es la encargada de ejecutar todas aquellas actividades que se llevan a cabo con el propósito de asegurar que los resultados reales concuerden con los planificados. El control en KYRIOS Coffee se realiza en el manejo de dinero a través de los reportes que genera el auxiliar contable comprobando las unidades vendidas con las cobradas y facturas; en el tiempo de las funciones desarrolladas a través de los diagramas de flujo; y en los inventarios por medio de minutas donde se estipula las unidades que ingresan y salen del inventario apoyándose en las órdenes de pedido y facturas.

4.3.9.1 Control preliminar. Está enfocado a la prevención de las desviaciones en la calidad y cantidad de los recursos utilizados en la organización. En el KYRIOS Coffee se aplica este sistema de control en cuanto a la capacitación previa de los empleados, a los estándares de calidad y disponibilidad de los inventarios, a los activos fijos necesarios para la operatividad del negocio y reservas de recursos financieros que permitan un adecuado flujo de caja.

4.3.9.2 Control concurrente. Es aquel que supervisa las actividades en funcionamiento para asegurar el cumplimiento de los objetivos propuestos. En la presente investigación, el control concurrente permitirá que el Administrador General por medio de la observación

personal determine si los empleados desarrollan sus actividades de acuerdo a los manuales de funciones establecidos.

4.3.9.3 Control de retroalimentación. Está centrado hacia los resultados finales, se aplica con el fin de buscar mejoras correctivas a los procesos ejecutados. KYRIOS Coffee implementará este tipo de control para analizar los presupuestos, costos, control de calidad y evaluaciones de desempeño.

La evaluación de desempeño es el proceso en el cual se mide el grado en que cada trabajador mantiene su idoneidad y cumple los objetivos del puesto de trabajo que desempeña, así como la forma en que utiliza los recursos asignados para lograr los objetivos planteados (Chiavenato). El formato de evaluación de desempeño se encuentra en el (Anexo E).

4.3.10 Manual de funciones. El manual de funciones es un proceso que consiste en describir las diferentes acciones, procesos y atribuciones que conforman un determinado cargo y que lo diferencian de los demás cargos que existen en la compañía, se debe enumerar de forma detallada las tareas, periodicidad, objetivos del cargo, métodos de ejecución y evaluación de los resultados esperados (Urdaneta p. 111).

El manual de funciones del Administrador General, del auxiliar contable o contador, del cocinero, y meseros se presenta a continuación. Manual de funciones

NOMBRE DEL CARGO: **Administrador**

JEFE INMEDIATO: No aplica

PERSONAS A CARGO:Auxiliar contable o contador, mesero y cocinero

SISTEMA DE MEDIDA

Aumento de la Rentabilidad establecida del negocio en un 2% mínimo semestral, bien sea por incremento de ventas o reducción de costos y gastos.

RESUMEN DEL CARGO

Responsable de administrar eficaz y eficientemente los recursos humanos y materiales para el buen funcionamiento de la empresa. Supervisa y dirige las labores diarias del área de producción y del área de servicio al cliente, enfocando los procesos hacia la mejora continua y de esta forma contribuir a la plena satisfacción del cliente.

FUNCIONES

1. Responsable del manejo de las llaves, para abrir y cerrar el establecimiento a diario.
2. Inspeccionar el estado de las materias primas y cantidad de inventario, para mantener el nivel óptimo para el buen funcionamiento del establecimiento.
3. Propender la buena imagen del establecimiento en cuanto al aseo, ambientación y orden antes de realizar la apertura al público.
4. Encargado de emitir la factura a los clientes y recibir el pago respectivo al servicio prestado.
5. Supervisar el servicio ofrecido por parte de los meseros y la calidad de los productos elaborados por los cocineros.

6. Programar los turnos de los empleados de acuerdo a los días de mayor demanda.
7. Programar la música y eventos presentados a los clientes.
8. Diseñar programas de capacitación, bienestar e incentivos que aumenten la motivación.

ANÁLISIS DEL CARGO

Requisitos intelectuales. Administrador de Empresas, con conocimientos contables, de mercadeo y de personal. Experiencia mínima de un año como administrador o auxiliar administrativo y capacidad para liquidar nómina y manejar sistemas contables.

Requisitos Físicos. Capacidad para liderar procesos y grupos de trabajo, excelente manejo de relaciones interpersonales.

Requisitos Espirituales. Temor de Dios, gozo, paz, paciencia, benignidad, bondad, fe, mansedumbre, templanza, piedad, pasión y amante del conocimiento bíblico.

Responsabilidades implícitas. Supervisar el trabajo de las demás áreas de la empresa y manejo de inventarios, maquinaria y equipo, además del uso adecuado de dinero, documentos e información confidencial.

Condiciones de trabajo. Oficina e instalaciones del local. En el tiempo de funcionamiento debe permanecer en la barra.

NOMBRE DEL CARGO: **Auxiliar contable**

JEFE INMEDIATO: Administrador

PERSONAS A CARGO:No aplica

SISTEMA DE MEDIDA

Enviar los informes de flujo de caja a diario con una confiabilidad del 100%, verificando unidades producidas con unidades vendidas.

RESUMEN DEL CARGO

Responsable del manejo adecuado de los recursos monetarios de la organización, responsabilidad para la programación de las entradas y salidas de dinero y su oportuna contabilización para ofrecer información importante a la toma de decisiones.

FUNCIONES

1. Registrar las facturas de las cuentas por pagar y realizar el archivo correspondiente de estos documentos para realizar el pago de proveedores en la fecha estipulada en el contrato.
2. Elaborar el arqueo e informe diario de la caja y posteriormente archivar el documento para realizar el registro contable.
3. Elaborar y pagar la nómina a los empleados de acuerdo con las políticas de la empresa.
4. Realizar informes contables mensuales, que permitan conocer el estado actual de la empresa.
5. Realizar las consignaciones de acuerdo al movimiento de efectivo y políticas de la empresa.

6. Elaborar el informe de posición financiera semanal, con el fin de conocer los movimientos detallados del flujo de efectivo

ANÁLISIS DEL CARGO

Requisitos Intelectuales. Técnico, tecnólogo en contabilidad y finanzas, o contador público, con conocimientos en registros contables, causación de cuentas y liquidación de nómina. Experiencia mínima como aprendiz o pasante.

Requisitos Físicos. Honestidad y responsabilidad para el manejo de dinero.

Requisitos Espirituales. Temor de Dios, gozo, paz, paciencia, benignidad, bondad, fe, mansedumbre, templanza, piedad, pasión y amante del conocimiento bíblico.

Responsabilidades Implícitas. Responsable del uso adecuado de dinero, documentos e información confidencial.

Condiciones de trabajo: Oficina e instalaciones del local.

NOMBRE DEL CARGO: **Cocinero**

JEFE INMEDIATO:Administrador

DEPARTAMENTO:Producción

PERSONAS A CARGO:No aplica

SISTEMA DE MEDIDA

Elaborar las bebidas de las órdenes de pedido en un tiempo no mayor a 6 minutos por cada una, con el fin de reducir los cuellos de botella.

RESUMEN DEL CARGO

Responsable de preparar los alimentos solicitados por el cliente. Encargado de manipular, almacenar y realizar el previo alistamiento de la materia prima, manteniendo un ambiente que cumpla con las normas de sanidad en la cocina.

FUNCIONES

1. Realizar la limpieza de su lugar de trabajo y de los utensilios necesarios para la elaboración de los alimentos.
2. Portar el uniforme otorgado por la empresa y que cumpla con las especificaciones del Reglamento de Higiene y Seguridad Industrial.
3. Informar al administrador con previa anticipación, los faltantes de inventario para realizar los pedidos solicitados por el cliente.
4. Verificar las fechas de vencimiento y el estado de la materia prima.
5. Elaborar los productos de acuerdo a la orden de pedido entregada, teniendo en cuenta los estándares establecidos por la empresa en cuanto a tiempo y cantidad.

ANÁLISIS DEL CARGO

Requisitos Intelectuales: Técnico en culinaria, con experiencia mínima de dos años como cocinero y conocimiento en la preparación de crepes, muffis, tortas, galletería, empanadas y demás.

Requisitos Físicos: Creatividad, buen gusto por la cocina y agilidad manual.

Requisitos Espirituales. Temor de Dios, gozo, paz, paciencia, benignidad, bondad, fe, mansedumbre, templanza, piedad, pasión y amante del conocimiento bíblico.

Responsabilidades Implícitas: Responsable del mantenimiento del inventario de alimentos y los equipos necesarios para la producción de los mismos. Evitar desperdicios innecesarios.

Condiciones de trabajo: Área de producción (cocina). Expuesto a riesgos físicos como quemaduras, cortadas y golpes.

NOMBRE DEL CARGO: **Mesero**

JEFE INMEDIATO: Administrador

DEPARTAMENTO: Servicio al cliente

PERSONAS A CARGO: No aplica

SISTEMA DE MEDIDA

Obtener el nivel de ventas semanal asignado cada primer día del mes.

RESUMEN DEL CARGO

Realizar la limpieza del área de servicio al cliente, es decir mesas, cojines, escenario y baños.

Portar el uniforme otorgado por la empresa y que cumpla con las especificaciones del Reglamento de Higiene y Seguridad Industrial.

Realizar la decoración del establecimiento de acuerdo a los eventos programados por el administrador.

Dar la bienvenida y ubicación a los clientes que visitan el establecimiento.

Ofrecer la carta y realizar la orden de pedido

Entregar la orden de pedido al área de producción.

Entregar el pedido al cliente

Entregar la factura al cliente y solicitar el dinero para cancelar el pedido.

Controlar que todos los clientes paguen sus órdenes de pedido.

ANALISIS DEL CARGO

Requisitos Intelectuales: Bachiller, con experiencia mínima de seis meses en el área de servicio al cliente, no necesariamente en bares o restaurantes.

Requisitos Físicos: Creatividad, expresión oral y capacidad de persuadir.

Entregar la orden de pedido al área de producción.

Entregar el pedido al cliente

Entregar la factura al cliente y solicitar el dinero para cancelar el pedido.

Realizar la decoración del establecimiento de acuerdo a los eventos programados por el administrador.

Dar la bienvenida y ubicación a los clientes que visitan el establecimiento.

Responsabilidades Implícitas: Responsable de lograr la plena satisfacción del cliente y de mantener la buena imagen del establecimiento.

Condiciones de trabajo: Área de servicio al cliente, e instalaciones locativas. Expuesto a riesgos físicos como cortadas y caídas.

4.3.11 Reglamento interno. El reglamento interno de trabajo es el conjunto de deberes y derechos que determinan las condiciones a que deben sujetarse tanto el empleador como sus

trabajadores en la prestación del servicio. El Reglamento Interno de Trabajo de la empresa KYRIOS Coffee, es el siguiente.

Reglamento Interno de Trabajo

El presente es el reglamento interno de trabajo, prescrito por la empresa **KYRIOS Cofee**. Domiciliada en la ciudad de Ocaña, para todas sus dependencias que en el futuro se establezcan. Este reglamento hace parte de los contratos individuales de trabajo, escritos o verbales que se celebren en el futuro con todos los trabajadores.

CAPÍTULO I

REQUISITOS DE ADMISIÓN

Artículo 1. Quien aspire a tener un cargo en la empresa, deberá presentar solicitud por escrito, para que de esta forma pueda ser registrado como aspirante. En caso de llegar a ser vinculado, deberá presentar la siguiente documentación:

1. Certificado del último empleador con quien haya trabajado, en el cual se indique el tiempo de servicio, cargo desempeñado y el último salario devengado.
2. Fotocopia de la cedula de ciudadanía, Pasado Judicial vigente y de la Libreta Militar en el caso de los hombres.

3. Título de idoneidad según el caso.

CAPÍTULO II

CONTRATO DE APRENDIZAJE

Artículo 2. La empresa podrá celebrar con el aspirante contrato de aprendizaje, por el cual el trabajador se obliga a prestar sus servicios a la empresa a cambio de que esta le proporcione los medios para adquirir formación profesional metódica y completa del arte u oficio cuyo desempeño ha sido contratado, por un tiempo determinado, y le pague el salario convenido.

Artículo 3. La empresa podrá celebrar contrato de aprendizaje con personas mayores de (14) catorce años que hayan completado sus estudios primarios, o demuestren poseer conocimientos equivalentes a ellos, en los mismos términos y con las restricciones de que trata el código sustantivo del trabajo (ley 188 de 1959, Artículo segundo).

Artículo 4. El salario inicial de los aprendices no podrá ser en ningún caso inferior al cincuenta por ciento (50%) del mínimo convencional o del que rija en la respectiva empresa para los trabajadores que desempeñen el mismo oficio u otros equivalentes o asimilables a aquel para el cual el aprendiz reciba formación profesional en el Sena.

Artículo 5. El contrato de aprendizaje no podrá exceder de tres (3) años de enseñanza y trabajo, alternados en períodos sucesivos e iguales, para ningún arte u oficio y solo podrá

pactarse por el término previsto para cada uno de ellos en las relaciones de oficios que publique el Ministerio de Trabajo.

CAPÍTULO III

PERÍODO DE PRUEBA

Artículo 6. La empresa podrá estipular en sus contratos de trabajo un período inicial de prueba que tendrá por objeto apreciar, por parte de la empresa, las aptitudes del trabajador y, por parte de este, la conveniencia de las condiciones de trabajo.

Artículo 7. El período de prueba debe ser estipulado por escrito y en caso contrario, los servicios se entienden regulados por las normas generales del contrato de trabajo.

Artículo 8. El período de prueba no puede exceder de dos (2) meses. En los contratos de trabajo a término fijo, cuya duración sea inferior a un (1) año el periodo de prueba no podrá ser superior a la quinta parte del término inicialmente pactado para el respectivo contrato, sin que pueda exceder de dos meses. Cuando entre un mismo empleador y trabajador se celebren contratos de trabajo sucesivos, no es válida la estipulación del período de prueba, salvo para el primer contrato.

Artículo 9. El período de prueba puede darse por terminado unilateralmente en cualquier momento, sin previo aviso y sin indemnización alguna por el resto del tiempo pactado. Pero si

expirado el período de prueba el trabajador continuare al servicio del empleador, con su consentimiento expreso, por este solo hecho los servicios prestados por aquel a este, se consideraran regulados por las normas generales del contrato de trabajo desde la iniciación de dicho período de prueba.

CAPÍTULO IV

TRABAJADORES OCASIONALES, ACCIDENTALES O TRANSITORIOS

Artículo 10. Son trabajadores ocasionales, accidentales o transitorios los que realizan trabajos de corta duración, no mayor de un mes, que se refieren a labores distintas a las actividades normales del empleador. Los trabajadores ocasionales, accidentales o transitorios están excluidos de las siguientes prestaciones: prima de servicio, calzado y vestido de labor y demás que determine la ley.

CAPÍTULO V

HORARIO DE TRABAJO

Artículo 11. La jornada de trabajo es la que convengan las partes o a falta de convenio, la máxima legal. En el establecimiento KYRIOS Coffee, inicialmente se laborará de lunes a sábado, incluyendo festivos de acuerdo a lo señalado en el artículo 175 del código sustantivo de trabajo.

CAPÍTULO VI

VACACIONES REMUNERADAS

Artículo 12. Los trabajadores que hubieran prestado sus servicios durante un año, tienen derecho a quince días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas.

Artículo 13. La época de las vacaciones debe ser señalada por la empresa a más tardar para dentro del año subsiguiente a aquel en que se hayan causado y deben ser concedidas oficiosamente o a petición del trabajador, sin perjudicar el servicio y la efectividad del descanso. El empleador tiene que dar a conocer al trabajador con quince (15) días de anticipación la fecha en que le concederá vacaciones.

Artículo 14. Cuando el contrato de trabajo termine sin que el trabajador hubiera disfrutado de vacaciones ya causadas, o cuando dentro de su vigencia haya lugar a la compensación en dinero, se tendrá como base tal compensación el último salario devengado. En los contratos de trabajo a término fijo inferiores a un (1) año, los trabajadores tendrán derecho al pago de vacaciones en proporción al tiempo laborado cualquiera que este sea.

Artículo 15. Es prohibido compensar en dinero las vacaciones, sin embargo, el ministerio de protección social podrá autorizar que se pague en dinero hasta la mitad de estas, en casos especiales de perjuicio para la economía nacional o de la industria.

Artículo 16. Todo empleador llevará un registro de vacaciones en el que se anotará la fecha de ingreso de cada trabajador, fecha en que toma sus vacaciones, en que las termina y la remuneración de las mismas (Decreto 13 de 1.967, Artículo 5)

PARÁGRAFO. En los contratos a término fijo inferior a un (1) año, los trabajadores tendrán derecho al pago de vacaciones en proporción al tiempo laborado cualquiera que este sea (Artículo tercero, párrafo, Ley 50 de 1.990).

CAPÍTULO VII

PERMISOS Y LICENCIAS

Artículo 17. La empresa concederá a sus trabajadores los permisos necesarios para el ejercicio del derecho al sufragio y para el desempeño de cargos oficiales transitorios de forzosa aceptación, en caso de grave calamidad debidamente comprobada, para concurrir al servicio médico y a citaciones judiciales.

En caso de grave calamidad doméstica, la oportunidad del aviso puede ser anterior o posterior al hecho que lo constituye o al tiempo de ocurrir éste, según lo permitan las circunstancias.

Artículo 18. La empresa podrá autorizar a los trabajadores las licencias que éstos soliciten. Para todo efecto legal, durante la licencia se suspende el contrato de trabajo. Las licencias deben ser solicitadas por escrito, con una antelación de tres (3) días hábiles, indicando los motivos para

ello y anexando los documentos que justifiquen la solicitud. La empresa decidirá sobre su aprobación.

CAPÍTULO VII

SALARIO MÍNIMO, CONVENCIONAL, LUGAR, DÍAS, HORAS DE PAGO Y PERÍODOS QUE LO REGULAN

Artículo 19. Formas y libertad de estipulación

PARÁGRAFO El empleador y el trabajador pueden convenir libremente el salario en sus diversas modalidades como por unidad de tiempo, por obra o a destajo y por tarea, etc., pero siempre respetando el salario mínimo legal o el fijado en los pactos, convenciones colectivas y fallos arbitrales.

Artículo 20. Se denomina jornal el salario estipulado por días y sueldo, el estipulado por períodos mayores (artículo 133, C.S.T.).

PARAGRÁFO 1 La empresa podrá efectuar el pago a través de consignación en las cuentas en que sean titulares los trabajadores en Bancos o Corporaciones legalmente establecidas en Colombia, ó en los establecimientos financieros que ésta determine o mediante cualquier otro sistema que implante ésta. Períodos de pago: por mes vencido. El salario o dinero debe pagarse por períodos iguales y vencidos.

PARÁGRAFO 2 El pago del trabajo suplementario o de horas extras y el recargo por trabajo nocturno debe efectuarse junto con el salario ordinario del período en que se han causado o a más tardar con el salario del período siguiente (Artículo 134, C.S.T.)

CAPÍTULO VIII

SERVICIO MEDICO, MEDIDAS DE SEGURIDAD, RIESGOS PROFESIONALES, PRIMEROS AUXILIOS EN CASO DE ACCIDENTES DE TRABAJO, NORMAS SOBRE LABORES EN ORDEN A LA MAYOR HIGIENE, REGULARIDAD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

Artículo 21. Es obligación del empleador velar por la salud, seguridad e higiene de los trabajadores a su cargo. Igualmente, es su obligación garantizar los recursos necesarios para implementar y ejecutar actividades permanentes en medicina preventiva y del trabajo, y en higiene y seguridad industrial de conformidad al programa de Salud Ocupacional y con el objeto de velar por la protección integral del trabajador.

Artículo 22. Los servicios médicos que requieran los trabajadores se prestarán por el Instituto de los Seguros Sociales o E.P.S, A.R.P, a través de la I.P.S, a la cual estén asignados. En caso de no afiliación estará a cargo del empleador, sin perjuicio de las acciones legales pertinentes.

Artículo 23. Todo trabajador, desde el mismo día en que se sienta enfermo, deberá comunicarlo al empleador, su representante o a quien haga sus veces, el cual hará lo conducente para que sea examinado por el médico correspondiente, a fin de que certifique si puede continuar o no en el trabajo y en su caso determine la incapacidad y el tratamiento a que el trabajador debe someterse.

Si éste no diera aviso dentro del término indicado, o no se sometiera al examen médico que se haya ordenado, su inasistencia al trabajo se tendrá como injustificada para los efectos a que haya lugar, a menos que demuestre que estuvo en absoluta imposibilidad para dar el aviso y someterse al examen en la oportunidad debida.

Artículo 24. Los trabajadores deben someterse a las instrucciones y tratamiento que ordena el médico que los haya examinado, así como a los exámenes o tratamientos preventivos que para todos o algunos de ellos, ordena la empresa en determinados casos. El trabajador que sin justa causa se negare a someterse a los exámenes, instrucciones o tratamientos antes indicados, perderá el derecho a la prestación en dinero por la incapacidad que sobrevenga a consecuencia de esa negativa.

Artículo 25. Los trabajadores deberán someterse a todas las medidas de higiene y seguridad industrial que prescriben las autoridades del ramo en general y en particular a las que ordene la empresa para prevención de las enfermedades y de los riesgos en el manejo de las máquinas, y demás elementos de trabajo especialmente para evitar los accidentes de trabajo.

Artículo 26. En caso de accidente de trabajo, el Jefe de la respectiva dependencia, o su representante, ordenará inmediatamente la prestación de los primeros auxilios, la remisión al médico y tomará todas las medidas que se consideren necesarias y suficientes para reducir al mínimo, las consecuencias del accidente, denunciando el mismo en los términos establecidos en el Decreto 1295 de 1994 ante la E.P.S. y la A.R.P.

Artículo 27. En caso de accidente no mortal, aún el más leve o de apariencia insignificante el trabajador lo comunicará inmediatamente al empleador, a su representante, o a quien haga sus veces para que se provea la asistencia médica y tratamiento oportuno según las disposiciones legales vigentes, indicará las consecuencias del accidente y la fecha en que cese la incapacidad.

CAPÍTULO VIII

PRESCRIPCIONES DE ORDEN

Artículo 28. Los trabajadores tienen como deberes los siguientes:

- a) Respeto y subordinación a los superiores.
- b) Respeto a sus compañeros de trabajo.
- c) Procurar completa armonía con sus superiores y compañeros de trabajo en las relaciones personales y en la ejecución de labores.
- d) Guardar buena conducta en todo sentido y obrar con espíritu de leal colaboración en el orden moral y disciplina general de la empresa.

- e) Ejecutar los trabajos que le confíen con honradez, buena voluntad y de la mejor manera posible.
- f) Hacer las observaciones, reclamos y solicitudes a que haya lugar por conducto del respectivo superior y de manera fundada, comedida y respetuosa.
- g) Recibir y aceptar las órdenes, instrucciones y correcciones relacionadas con el trabajo, con su verdadera intención que es en todo caso la de encaminar y perfeccionar los esfuerzos en provecho propio y de la empresa en general.
- h) Observar rigurosamente las medidas y precauciones que le indique su respectivo Jefe para el manejo de las máquinas o instrumentos de trabajo.

CAPÍTULO IX

ORDEN JERÁRQUICO

Artículo 29. El orden Jerárquico de acuerdo con los cargos existentes en la empresa, es el siguiente: JUNTA DE SOCIOS, ADMINISTRADOR GENERAL, y en el mismo nivel ÁREA FINANCIERA, ÁREA DE SERVICIO AL CLIENTE Y ÁREA DE PRODUCCIÓN.

CAPÍTULO X

OBLIGACIONES ESPECIALES PARA LA EMPRESA Y LOS TRABAJADORES

Artículo 30. Son obligaciones especiales del empleador:

- a) Poner a disposición de los trabajadores, salvo estipulación en contrario, los instrumentos adecuados y las materias primas necesarias para la realización de las labores.
- b) Procurar a los trabajadores, locales apropiados y elementos adecuados de protección contra accidentes y enfermedades profesionales en forma que se garantice razonablemente la seguridad y la salud.
- c) Prestar de inmediato los primeros auxilios en caso de accidentes o enfermedad. Para este efecto, el establecimiento mantendrá lo necesario según reglamentación de las autoridades sanitarias.
- d) Pagar la remuneración pactada en las condiciones, períodos y lugares convenidos.
- e) Guardar absoluto respeto a la dignidad personal del trabajador, a sus creencias y sentimientos.
- f) Conceder al trabajador las licencias necesarias para los fines y en los términos indicados en el Artículo 24 de este Reglamento.
- g) Dar al trabajador que lo solicite, a la expiración del contrato, una certificación en que conste el tiempo de servicio, índole de la labor y salario devengado, e igualmente si el trabajador lo solicita, hacerle practicar examen sanitario y darle certificación sobre el particular, si al ingreso o durante la permanencia en trabajo hubiere sido sometido a examen médico. Se considerará que el trabajador por su culpa elude, dificulta o dilata el examen, cuando transcurrido cinco (5) días a partir de su retiro no se presenta donde el médico respectivo para las prácticas del examen, a pesar de haber recibido la orden correspondiente.
- h) Abrir y llevar al día los registros de horas extras.
- i) Conceder a las trabajadoras que estén en período de lactancia los descansos ordenados por el artículo 238 del Código Sustantivo del Trabajo.

- j) Conservar el puesto a los trabajadores que estén disfrutando de los descansos remunerados, a que se refiere el numeral anterior, o de licencia de enfermedad motivada por el embarazo o parto. No producirá efecto alguno el despido que el empleador comunique a la trabajadora en tales períodos o que si acude a un preaviso, éste expire durante los descansos o licencias mencionadas.
- k) Llevar un registro de inscripción de todas las personas menores de edad que emplee, con indicación de la fecha de nacimiento de las mismas.
- l) Cumplir este reglamento y mantener el orden, la moralidad y el respeto a las leyes.
- m) Además de las obligaciones especiales a cargo del empleador, este garantizará el acceso del trabajador menor de edad a la capacitación laboral y concederá licencia no remunerada cuando la actividad escolar así lo requiera. Será también obligación de su parte, afiliarlo al Sistema de Seguridad Social Integral, suministrarles cada cuatro meses en forma gratuita un par de zapatos y un vestido de labor, teniendo en cuenta que la remuneración mensual sea hasta dos veces el salario mínimo vigente en la empresa (artículo 57 del C.S.T.).

Artículo 31. Son obligaciones especiales del trabajador:

- a) Realizar personalmente la labor en los términos estipulados; Observar los preceptos de este reglamento, acatar y cumplir las órdenes e instrucciones que de manera particular le imparta la empresa o sus representantes según el orden jerárquico establecido.
- b) No comunicar a terceros, salvo autorización expresa, las informaciones que sean de naturaleza reservada y cuya divulgación pueda ocasionar perjuicios a la empresa, lo que no obsta para denunciar delitos comunes o violaciones del contrato o de las normas legales de trabajo ante las autoridades competentes.

- c) Conservar y restituir en buen estado, salvo deterioro natural, los instrumentos y útiles que les hayan facilitado y las materias primas sobrantes.
- d) Guardar rigurosamente la moral en las relaciones con sus superiores y compañeros.
- e) Comunicar oportunamente a la empresa las observaciones que estime conducentes a evitarle daños y perjuicios.
- f) Prestar la colaboración posible en caso de siniestro o riesgo inminente que afecten o amenacen las personas o las cosas de la empresa.
- g) Observar las medidas preventivas higiénicas prescritas por el médico de la empresa o por las autoridades del ramo y observar con suma diligencia y cuidado las instrucciones y órdenes preventivas de accidentes o de enfermedades profesionales.
- h) Registrar en las oficinas de la empresa su domicilio y dirección y dar aviso oportuno de cualquier cambio que ocurra (artículo 58, C.S.T.).
- i) Realizar sus funciones teniendo en cuenta los procedimientos y normas establecidas por la empresa.
- j) Utilizar los uniformes, elementos de trabajo y de seguridad industrial que exija la empresa para ejecutar la labor asignada.
- k) Guardar diligencia y cuidado en el uso y mantenimiento de los elementos e instrumentos de labor.
- l) Acatar y cumplir con los cursos de capacitación o instrucción que la empresa dicte o programe, según sea el caso.
- m) Abstenerse de fumar, de ingerir bebidas con alcohol o sustancias psicoactivas en el sitio o lugar de trabajo.

CAPÍTULO XI

ESCALA DE FALTAS Y SANCIONES DISCIPLINARIAS

La empresa no puede imponer a sus trabajadores sanciones no previstas en este reglamento, en pactos, convenciones colectivas, fallos arbitrales o en contrato de trabajo (artículo 114, C.S.T).

Artículo 32. Se establecen las siguientes clases de faltas leves y sus sanciones disciplinarias, así:

- a) El retardo hasta de QUINCE (15) MINUTOS en la hora de entrada sin excusa suficiente, cuando no cause perjuicio de consideración a la empresa, implica por primera vez, carta de llamado de atención por parte del superior inmediato; por segunda vez, multa de la décima parte del salario de un día; por la segunda vez, multa de la quinta parte del salario de un día; por la tercera vez suspensión en el trabajo en la mañana o en la tarde según el turno en que ocurra y por cuarta vez suspensión en el trabajo hasta por tres días.

- b) La falta en el trabajo en la mañana, en la tarde o en el turno correspondiente, sin excusa suficiente cuando no causa perjuicio de consideración a la empresa, implica por primera vez suspensión en el trabajo hasta por dos días y por segunda vez suspensión en el trabajo hasta por tres días.

- c) La falta total al trabajo durante el día sin excusa suficiente, cuando no cause perjuicio de consideración a la empresa implica, por primera vez, suspensión en el trabajo hasta por tres días y por segunda vez, suspensión en el trabajo hasta por cinco días.

d) La violación leve por parte del trabajador de las obligaciones contractuales o reglamentarias implica por primera vez, suspensión en el trabajo hasta por ocho (8) días y por segunda vez cancelación del contrato de trabajo.

Artículo 33. Constituyen faltas graves:

- a) El retardo hasta de TREINTA (30) MINUTOS en la hora de entrada al trabajo sin excusa suficiente, por cuarta vez.
- b) La falta total del trabajador en la mañana o en el turno correspondiente, sin excusa suficiente, por tercera vez.
- c) La falta total del trabajador a sus labores durante el día sin excusa suficiente, por tercera vez.
- d) Violación grave por parte del trabajador de las obligaciones contractuales o reglamentarias.
- e) Entiéndase que el trabajador que cometa faltas consideradas como graves, así como la violación grave de las obligaciones contractuales o reglamentarias, serán justa causa para dar por terminado su contrato de trabajo.

CAPÍTULO XII

PROCEDIMIENTOS PARA COMPROBACIÓN DE FALTAS Y FORMAS DE APLICACIÓN DE LAS SANCIONES DISCIPLINARIAS

Artículo 34. Antes de aplicarse una sanción disciplinaria, el empleador deberá oír al trabajador inculcado directamente y si éste es sindicalizado deberá estar asistido por dos representantes de la organización sindical a que pertenezca.

En todo caso se dejará constancia escrita de los hechos y de la decisión de la empresa de imponer o no, la sanción definitiva (artículo 115, C.S.T.).

Artículo 35. No producirá efecto alguno la sanción disciplinaria impuesta con violación del trámite señalado en el anterior artículo (artículo 115, C.S.T.).

CAPÍTULO XIII

MECANISMOS DE PREVENCIÓN DEL ACOSO LABORAL Y PROCEDIMIENTO INTERNO DE SOLUCIÓN ACOSO LABORAL

Artículo 36. Los mecanismos para la prevención de conductas catalogadas como de acoso, previstas por la empresa pretenden generar una conciencia colectiva, que promueva el trabajo en condiciones dignas y justas, la armonía entre quienes comparte vida laboral empresarial; el buen ambiente en la organización; la protección de la intimidad, la honra, la salud mental y la libertad de las personas en el trabajo.

Artículo 37. Se entenderá por acoso laboral toda conducta persistente y demostrable, como el maltrato, la persecución, la discriminación, el entorpecimiento laboral, la inequidad, así como cualquier otra ejercida sobre un empleado, trabajador por parte de un empleador, un jefe o superior jerárquico inmediato o mediato, un compañero de trabajo o un subalterno, encaminada a infundir miedo, intimidación, terror y angustia, a causar perjuicio laboral, generar desmotivación en el trabajo, o inducir la renuncia del mismo.

Artículo 38. Se entenderá que una o la concurrencia de cualquiera de las conductas citadas en el artículo anterior, se considerara como acoso laboral, siempre y cuando sea demostrable y sea claro que haya una ofensa a la dignidad. La vida. La integridad física, la libertad sexual y demás derechos del trabajador.

Artículo 39. De conformidad con la ley 1010 no se puede entender como acoso laboral las siguientes conductas:

- a) Las exigencias y órdenes necesarias para mantener la disciplina laboral o la obediencia debida.
- b) Los actos destinados a ejercer potestad disciplinaria, que legalmente corresponde a los superiores jerárquicos sobre sus subalternos.
- c) La formulación de exigencias razonables de fidelidad laboral o lealtad empresarial e institucional.
- d) La formulación de circulares o memorandos de servicio encaminados a solicitar exigencias técnicas o mejorar la eficiencia laboral y la evaluación laboral de subalternos conforme a indicadores objetivos y generales de rendimiento.
- e) Las exigencias para solicitar deberes extras de colaboración cuando sean necesarios para la continuidad del servicio o para solucionar situaciones difíciles en la operación de la empresa.
- f) Las actuaciones administrativas o gestiones encaminadas a dar por terminado el contrato de trabajo con base en una causa legal o una justa causa, prevista en el código sustantivo del trabajo y por la finalización de la labor o del término establecido entre las partes.
- g) La solicitud de cumplir los deberes de la persona y del ciudadano, de que trata el artículo 95 de la Constitución.

- h) La exigencia de cumplir con los deberes y obligaciones citados en los artículos 55 a 57 y no incurrir en las prohibiciones de los artículos 59 y 60 del Código sustantivo del Trabajo.
- i) Las exigencias para acatar los reglamentos y cláusulas del contrato así como todas las exigencias laborales, deberes y prohibiciones deben ser justificadas, fundadas en criterios objetivos y no discriminatorios.

Artículo 40. Caducidad. Todas las acciones sobre el particular tienen una caducidad de seis meses después de la fecha en que hayan ocurrido las conductas a que hace referencia esta ley.

CAPÍTULO XIV

PUBLICACIONES

Artículo 41. Dentro de los quince (15) días siguientes al de la notificación de la Resolución aprobatoria del presente Reglamento, el empleador debe publicarlo en el lugar de trabajo, mediante la fijación de dos (2) copias de caracteres legibles, en dos (2) sitios distintos. Si hubiere varios lugares de trabajo separados, la fijación debe hacerse en cada uno de ellos. Con el Reglamento debe fijarse la Resolución aprobatoria (artículo 120, C.S.T.).

CAPÍTULO XV

VIGENCIA

Artículo 42. El presente Reglamento entrará a regir ocho (8) días después de su publicación hecha en la forma prescrita en el artículo anterior de este Reglamento (artículo 121, C, S, T.).

4.3.12 Prendas de Trabajo – Dotación. La empresa realizará la entrega de la dotación a cada uno de sus trabajadores de acuerdo a las funciones que desempeñe y a lo estipulado por la ley. La entrega de la dotación se realizará cuatro veces al año y su uso es obligatorio dentro del horario e instalaciones de trabajo. El trabajador es responsable de mantener en perfecto estado sus uniformes para brindar una buena imagen a las personas que visitan el establecimiento.

4.3.13 Capacitación. Es un proceso educacional a corto plazo aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas adquieren conocimientos, aptitudes y habilidades en función de objetivos definidos. El entrenamiento implica la transmisión de conocimientos específicos relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente, y desarrollo de habilidades. En la empresa se capacitará a los trabajadores con el fin de aumentar el conocimiento y la pericia de los empleados para el desarrollo de su rol dentro de la organización.

La capacitación está orientada al logro de los siguientes objetivos:

1. Personal capacitado plenamente para la ejecución de las tareas de la organización.
2. Generar oportunidades de desarrollo a los empleados no solo en los cargos actuales que desempeñan, sino formarlos para futuros cargos que puedan ejecutar dentro de la organización.

3. Crear un clima organizacional más apropiado, con las actitudes de los empleados orientadas a la disposición del cambio.

El entrenamiento se puede implementar en cuatro etapas, la primera es la determinación de las necesidades de entrenamiento (diagnostico), donde se evalúan los problemas de personal, de producción y recursos empresariales, la segunda etapa es la programación del entrenamiento donde se crean procesos de aprendizaje individual para cada una de las tareas que se desarrollan en la organización, teniendo en cuenta a quién, cómo, en qué, dónde, cuándo y cuánto entrenar, la tercera etapa es la implementación y ejecución del conocimiento, actitudes, habilidades y eficacia organizacional y la última etapa es la evaluación de los procedimientos y resultados del entrenamiento a través de la retroalimentación recibida por los empleados y la comparación de la situación actual con la situación anterior.

En KYRIOS Coffee, se aplicará el análisis de los resultados de la evaluación de desempeño y el método de observación, donde se verifica si los empleados están ejecutando sus tareas de la mejor forma o si por el contrario necesitan mayor atención e inducción para cumplir satisfactoriamente las labores encomendadas.

El entrenamiento se realizará semanalmente con el fin de realizar una mejora continua en los procesos de producción y servicio al cliente, motivando a los empleados a alcanzar los objetivos propuestos por la organización.

La empresa está en disposición de acompañar al empleado en el proceso de aprendizaje que le aporte a su crecimiento profesional y le permita desarrollar su conocimiento dentro de la organización. Este apoyo se verá reflejado en la flexibilidad de los horarios de trabajo y créditos financieros para estudio, siempre y cuando no afecte las labores cotidianas del Café.

4.3.14 Salud Ocupacional. Salud ocupacional hace referencia a los programas diferentes a medicina de trabajo, higiene de trabajo y de seguridad industrial; busca prevenir y solucionar la problemática que se presenta entre el trabajador y su trabajo, brindándole herramientas que le permitan el control del ambiente laboral y la prevención de los riesgos profesionales que se puedan presentar.

La salud ocupacional busca con la intervención de varias disciplinas y con la participación activa de todos los niveles de la empresa, mejorar las condiciones de trabajo y de salud de los colaboradores, mediante acciones coordinadas de promoción de la salud, la prevención y el control de los riesgos de manera que facilite el bienestar y productividad de la empresa.

Estas acciones se materializan en el Programa de Salud Ocupacional, a través del cual se planean, se organizan, se ejecutan y se controlan las condiciones de salud (medicina preventiva y del trabajo) y de Trabajo (Higiene y Seguridad Industrial), tendientes a mejorar la salud individual y colectiva de sus trabajadores en sus ocupaciones y que deben ser desarrolladas en sus sitios de trabajo en forma integral e interdisciplinaria.

4.3.14.1 Política de salud ocupacional. La empresa KYRIOS Coffee se compromete a alcanzar y mantener los niveles más altos de bienestar físico y social de sus trabajadores, logrando su desarrollo integral, por medio de la prevención y corrección de todos aquellos aspectos que en el ambiente laboral, puedan generar efectos nocivos a los trabajadores.

KYRIOS Coffee espera que con éste compromiso se realicen todas las actividades que garantizan la salud de los trabajadores obteniéndose de forma simultánea el más alto nivel de eficiencia, compromiso individual, colectivo y productividad de quienes laboran en esta compañía.

Esta política es diseñada con el propósito de prevenir las enfermedades profesionales y los accidentes de trabajo, debido a que afectan las condiciones normales de productividad en la organización, incidiendo negativamente en el recurso humano y el ambiente en el que este se desenvuelve a nivel laboral, social y familiar.

- La enfermedad profesional es todo estado patológico que se produce como consecuencia obligada directa de la labor desempeñada o del medio en que ha laborado y que está catalogada por el gobierno nacional según el decreto 1832 de 1994, igualmente es enfermedad profesional aquella que demuestre relación (causa – efecto).
- El accidente de trabajo es todo suceso repentino que sobreviene con causa del trabajo y que produce en el trabajador una lesión orgánica, una perturbación funcional, una invalidez o la

muerte. Es también accidente de trabajo el que sucede fuera del lugar y horario, siempre y cuando esté cumpliendo una orden del empleador.

La empresa se registrará por la ley 100 de Seguridad Social y los decretos 614/1984 y el 1295/1994 que obligan al empleador a asegurar a sus trabajadores contra los riesgos profesionales y que desarrollen e implementen el Programa de Salud Ocupacional.

4.3.14.2 Factores de riesgo. Es la existencia de elementos, fenómenos, ambiente y acciones humanas que encierran una capacidad potencial de producir lesiones o daños materiales y cuya probabilidad de ocurrencia depende de la eliminación o control del elemento agresivo.

Se clasifican en: físicos, químicos, mecánicos, locativos, eléctricos, ergonómicos, psicosociales y biológicos. Su identificación acertada y oportuna, contando con la experiencia del observador, son elementos que influyen sobre la calidad del panorama general de agentes de riesgo. Se deben identificar los factores de riesgo, en los procesos productivos, en la revisión de los datos de accidentalidad y las normas y reglamentos establecidos. Los factores de riesgo que se pueden presentar en el KYRIOS Coffee son los siguientes:

Riesgos Físicos

Se refiere a todos aquellos factores ambientales que dependen de las propiedades físicas de los cuerpos, tales como carga física, ruido, iluminación, radiación ionizante, radiación no ionizante, temperatura elevada y vibración, que actúan sobre los tejidos y órganos del cuerpo del

trabajador y que pueden producir efectos nocivos, de acuerdo con la intensidad y tiempo de exposición de los mismos.

- Ruido: Las fuentes para este factor de riesgo son el equipo de cocina (licuadora y extractor), el ambiente externo (atención al público) y la instalación sonora. Los efectos que ocasiona sobre la salud son la sordera profesional, la disminución de concentración y lentitud e imprecisión en las tareas.

- Temperatura: Este factor de riesgo se puede ocasionar por altas temperaturas (horno y recipientes de cocina) y temperaturas bajas (neveras y elementos fríos). Los efectos que ocasiona sobre la salud son alteración del sistema termorregulador, calambres y alteraciones psicológicas como la fatiga.

- Iluminación: Se origina por iluminarías insuficientes, carencia de luz natural y turnos de noche. Ocasiona efectos sobre la salud como la fatiga y el sobre esfuerzo visual.

Riesgos Biológicos

Los riesgos biológicos están conformados por un grupo de agentes orgánicos, animados o inanimados como los hongos, virus, bacterias, parásitos, pelos, plumas, polen (entre otros), presentes en determinados ambientes laborales, que pueden desencadenar enfermedades infectocontagiosas, reacciones alérgicas o intoxicaciones al ingresar al organismo.

Como la proliferación microbiana se favorece en ambientes cerrados, calientes y húmedos, los sectores más propensos a sus efectos son los trabajadores de la salud, de curtiembres, fabricantes de alimentos y conservas, carniceros, veterinarios, entre otros.

Igualmente, la manipulación de residuos animales, vegetales y derivados de instrumentos contaminados como cuchillos, jeringas, bisturís y de desechos industriales como basuras y desperdicios, son fuente de alto riesgo. Otro factor desfavorable es la falta de buenos hábitos higiénicos.

- **Bacterias y parásitos:** Se originan de la manipulación de alimentos, de las condiciones de los baños y de la acumulación de basuras. Pueden ocasionar infecciones bacterianas y digestivas.

Riesgos Psicosociales

Es la interacción en el ambiente de trabajo, las condiciones de organización laboral y las necesidades, hábitos, capacidades y demás aspectos personales del trabajador y su entorno social, en un momento dado pueden generar cargas que afectan la salud, el rendimiento en el trabajo y la producción laboral.

- **Organización del trabajo:** La fuente de este tipo de riesgo se ocasiona por sobrecarga de trabajo, trabajo en cadena y monotonía.
- **Organización del tiempo de trabajo:** Jornadas extenuantes, turnos y horas extras.

Estos dos tipos de riesgo, generan estrés ocupacional que se puede ver reflejado en efectos físicos (gastritis, úlcera duodenal, colon irritable, trastornos gástricos e infarto del miocardio) y en efectos emocionales o de conducta (estado de ansiedad, neurosis de angustia, trastorno depresivo, alteraciones de las reacciones corporales originadas por factores mentales, desmotivación o falta de interés).

Riesgos Ergonómicos

Involucra todos aquellos agentes o situaciones que tienen que ver con la adecuación del trabajo, o los elementos de trabajo a la fisonomía humana.

- Posturas Inadecuadas: Originan factor de riesgo en la preparación de mezclas, preparación de alimentos y bebidas, trabajo prolongado en la misma posición, ya sea de pie o sentado.
- Ventilación: Las fuentes de este factor de riesgo son la ausencia de ventilación natural, sistema de ventilación insuficiente o averiada.

Los riesgos ergonómicos afectan la salud de los trabajadores en alteraciones osteomusculares, que se presentan por desórdenes de los músculos, nervios, tendones, ligamentos, articulaciones cartílagos o discos intervertebrales e irritación nasofaríngea.

Riesgos Mecánicos

Contempla todos los factores presentes en objetos, máquinas, equipos, herramientas, que pueden ocasionar accidentes laborales, por falta de mantenimiento preventivo y/o correctivo.

- Manejo de herramientas manuales: Este factor de riesgo se origina por las herramientas de cocina, elementos corto punzantes y objetos calientes.

Los efectos sobre la salud que causan los riesgos mecánicos son las heridas abiertas y cerradas, golpes y contusiones.

Riesgos Locativos

Las características de diseño, construcción, mantenimiento y deterioro de las instalaciones locativas pueden ocasionar lesiones a los trabajadores o incomodidades para desarrollar el trabajo, así como daños a los materiales de la empresa.

- Organización del área de trabajo: Por no demarcación de áreas, falta de comunicación visual o sonora en caso de emergencia, estantería deficiente, objetos en el piso y pasillos obstaculizados.

Este factor de salud causa traumatismos como caídas, golpes, heridas leves o severas y daños materiales.

Riesgos Eléctricos

La activación de los aparatos eléctricos se hace a través de la energía eléctrica, por lo tanto se debe realizar un adecuado mantenimiento e instalación de tomas corrientes, con el fin de evitar los siguientes riesgos:

- Incendios: Se pueden originar por cortos, averías o sobre carga en las conexiones de los aparatos eléctricos.

En el (Anexo I) se encuentra la clasificación de los riesgos del Café.

4.3.15 Estudio legal. El objetivo del estudio en el proyecto es analizar algunos aspectos legales que son importantes a la hora de iniciar una empresa debido a las leyes labores, comerciales, económicas y demás que se deben cumplir a cabalidad, para así no incurrir en ninguna de estas de estas y llegar a costear multas y sanciones perjudicando el proyecto a que no funcione. Se evaluará la constitución de una empresa, aspectos comerciales y tributarios.

4.3.15.1 Tipo de Sociedad. Existen varios tipos de sociedad para constituir una empresa, analizadas las características de cada una se determina que el tipo de sociedad para la creación de KYRIOS Coffee, es la unipersonal.

Empresa unipersonal. Una nueva figura introducida por la Ley 222 de 1995 expresa que “mediante la empresa unipersonal, una persona natural o jurídica que reúna las cualidades para ejercer el comercio, podrá destinar parte de sus activos para la realización de una o varias actividades de carácter mercantil. La empresa unipersonal, una vez inscrita en el registro

mercantil forma una persona jurídica”(Art.71 de la Ley 222 de 1995). Se denominará bajo la expresión “empresa unipersonal” o la sigla “E.U”. (Cámara de Comercio de Cali)

El documento privado no requiere de la formalidad de la escritura pública, sino en el evento de que alguno(s) de los bienes que se aporten a la empresa requieran para su transferencia de dicha formalidad, en cuyo caso también deberá realizarse el respectivo registro. De igual manera se exige el requisito de la escritura pública, cuando obedezca a la disolución de una sociedad que se convierte en empresa unipersonal.

4.3.15.2 Proceso de constitución y matrícula (Cámara de Comercio Amazonas).

- **Constitución de una empresa unipersonal**

Puede ser constituida por una sociedad comercial o por una persona natural que tenga la calidad de comerciante, o puede surgir como resultado de la conversión de una persona jurídica en empresa unipersonal, cuando sus socios han cedido la totalidad de sus cuotas a una sola persona.

Para la constitución se requiere de documento escrito (privado o escritura pública). Si el documento es privado debe estar reconocido por el empresario ante notario o presentado personalmente ante el secretario de la Cámara. Si en el documento de constitución se aportan bienes inmuebles, la constitución de la empresa deberá hacerse por escritura pública.

De conformidad a lo indicado en el art. 22 de la ley 1014 de enero de 2006 y su decreto reglamentario 4463 de dic de 2006, se puede constituir sociedades comerciales con un único dueño (sea persona natural o jurídica). De allí surge el término de “sociedades unipersonales”, el cual es distinto del de “empresas unipersonales”.

Para que sea válido constituir sociedades comerciales unipersonales, las mismas tendrían que cumplir con el requisito de contar, al momento de su constitución, con diez (10) o menos trabajadores o con activos totales, excluida la vivienda, por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos legales mensuales vigentes

Requisitos del documento de constitución:

Las cámaras de comercio deben abstenerse de inscribir el documento privado o la escritura pública mediante la cual se constituye, cuando se omita uno cualquiera de los siguientes requisitos:

- a. Empresario: indicación del nombre completo, documento de identidad, domicilio y dirección de la persona que constituye la empresa unipersonal, denominada legalmente empresario. (Art. 72 # 1 de la Ley 222 de 1995).
- b. Nombre: la empresa unipersonal debe tener una denominación o razón social, seguida de la expresión "Empresa unipersonal" o de su sigla EU, so pena de que el empresario responda ilimitadamente. (Art. 72 # 2).
- c. Domicilio. (Art. 72 # 3).

- d. Copia auténtica de la escritura contentiva de la decisión sobre el cambio de domicilio.
- e. Término de duración: el cual puede ser indefinido. (Art. 72 #4).
- f. Objeto: una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la empresa podrá realizar cualquier acto lícito de comercio. Vale decir, la empresa unipersonal podrá tener objeto indeterminado. (Art. 72 # 5).
- g. Capital: debe señalarse el monto del capital y la descripción de los bienes que se aportan, lo mismo que la estimación de su valor. Cuando los activos destinados a la empresa comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la empresa deberá hacerse de igual manera. (Art. 72 # 6).
- h. El número de cuotas de igual valor nominal en que se dividirá el capital de la empresa. (Art. 72 #7).
- i. Forma de administración de la empresa: debe indicarse claramente la forma de administración, esto es si la representación legal se delega en otra persona o si recae en el empresario. De igual manera, se indicará el nombre, documento de identificación del representante legal y sus facultades. A falta de estipulación se entenderá que los administradores podrán adelantar todos los actos comprendidos dentro de las actividades previstas.

Delegada la administración y mientras se mantenga dicha delegación, el empresario no podrá realizar actos y contratos a nombre de la empresa unipersonal. (Art. 72 #8).

¿Cuándo y dónde se debe matricular la E.U.?

Dentro del mes siguiente a la fecha del otorgamiento del documento privado o escritura pública de constitución, el empresario, o su representante o apoderado, deberá presentarse personalmente junto con el documento, ante la Cámara de Comercio con jurisdicción donde la empresa va a tener su domicilio principal, para solicitar y adelantar los trámites de la matrícula de la persona jurídica y del establecimiento de comercio.

¿Cuándo se debe renovar la matrícula?

Dentro de los tres primeros meses de cada año, con el fin de actualizar la información en el registro mercantil, para obtener los beneficios que de ella se derivan y evitar sanciones de ley. La información financiera debe corresponder al balance con corte a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior.

- **Inscripción de una empresa unipersonal**

Verifique que el nombre que se va a utilizar para la EU. y el establecimiento de comercio, no se encuentra registrado en la Cámara. Para ello puede consultar la página web:

www.rue.com.co

Presentar en cualquiera de las sedes de la Entidad, el documento privado con firma del empresario, con reconocimiento notarial de contenido y firma o con presentación personal de su cédula ante el secretario de la Cámara o la escritura pública de constitución.

Diligenciar el Registro Único Tributario, RUT, firmado por el representante legal de la empresa unipersonal.

Diligenciar y firmar por el representante legal el formulario Registro Único Empresarial (Carátula Única Empresarial y Anexo Matrícula Mercantil o Renovación), presentando el original del documento de identificación del representante legal que lo suscribe.

Diligenciar y firmar por el representante legal de la empresa unipersonal el formulario adicional de registro con otras entidades que entrega la Cámara. En caso de enviar a un tercero, los formularios deben venir con reconocimiento notarial de contenido y firma. Evite los tachones y enmendaduras. Se sugiere leer detenidamente las instrucciones de los formularios antes de diligenciarlos.

Anexar carta de aceptación de los administradores indicando documento de identificación, si no consta en el documento de constitución.

La copia de los documentos que se remita debe ser totalmente legible para garantizar su reproducción por medio técnico.

Presentar los documentos en la sede de la cámara.

Deben inscribirse los libros de comercio que determine la ley como obligatorios y los auxiliares necesarios para el completo entendimiento de aquellos y los libros de actas.

¿Qué requisitos deben tener las reformas estatutarias?

Todas las reformas, deben cumplir básicamente con los mismos requisitos de las demás sociedades comerciales, pero pueden constar en documento privado, a menos que se aporten bienes inmuebles cuya transferencia requiere de escritura pública. Siempre debe comparecer el empresario, o su apoderado y el representante legal.

Existe un acto que solo se regula para las empresas unipersonales que es la CONVERSIÓN, la cual se puede presentar en dos formas:

- Conversión a sociedad

Cuando por virtud de la cesión u otro acto jurídico la empresa llega a pertenecer a dos o más personas, deberá convertirse en una sociedad comercial para lo cual, dentro de los seis meses siguientes a la inscripción de aquella en el registro mercantil se elaborarán los estatutos. Para esto deberá verificarse que los estatutos consten en escritura pública, teniendo en cuenta la forma de sociedad adoptada e inscribirse en el registro mercantil.

Transcurrido dicho término sin que se cumplan las formalidades aludidas, quedará disuelta de pleno derecho y deberá liquidarse. (Art. 77 de la Ley 222 de 1995).

- Conversión en empresa unipersonal

Cuando se trate de una sociedad comercial cuyo número de socios se redujo a uno; deberá verificarse que la conversión en empresa unipersonal conste en escritura pública que deberá ser

inscrita en el registro mercantil dentro de los seis meses siguientes a la disolución. En este caso, la empresa unipersonal asumirá los derechos y obligaciones de la sociedad disuelta.

¿Cómo se aclara la constitución o una reforma de una E.U.?

Las aclaraciones se pueden realizar por documento privado, siempre que se encuentre reconocido ante notario o con nota de presentación personal por su otorgante ante el secretario de la Cámara y siempre debe comparecer el titular de la empresa unipersonal o su apoderado.

¿Cómo se aumenta o disminuye el capital de la empresa unipersonal?

El empresario puede aumentar el capital de la empresa mediante la aportación de nuevos bienes, para lo cual suscribirá el correspondiente documento privado o público, según se trate de bienes muebles o inmuebles, como sucede para la constitución de la empresa. Podrá así mismo disminuir el capital, pero en este caso, se sujetará a las reglas señaladas en el artículo 145 del Código de Comercio.

¿Qué formalidades se requieren para la cesión de cuotas?

El titular de la empresa unipersonal puede ceder total o parcialmente las cuotas sociales a otras personas naturales o jurídicas, operación que se perfecciona mediante documento privado que deberá inscribirse en el registro mercantil para que produzca efectos entre los contratantes y frente a terceros. En este caso, las cámaras de comercio sólo podrán efectuar la inscripción

cuando el documento sea otorgado por el cedente, el cesionario y el representante legal con sus firmas autenticadas ante notario.

Terminación de la empresa unipersonal

La empresa unipersonal se disuelve de acuerdo a las causales establecidas en el artículo 79 de la Ley 222 de 1995 y se liquida conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada.

¿Cuál es la responsabilidad de los administradores de una E.U.?

A los administradores de una EU, les será aplicable lo previsto en el régimen general de sociedades, quienes responderán solidaria e ilimitadamente por los perjuicios que por dolo o culpa ocasionen a la empresa unipersonal, al empresario o a terceros.

¿Qué prohibiciones establece la ley en la E.U.?

Al empresario le está prohibido retirar para sí o para terceros, bienes pertenecientes a la empresa unipersonal, salvo que se trate de utilidades debidamente justificadas. De igual forma el titular de la empresa no podrá contratar con ésta, ni tampoco podrá hacerlo entre sí empresas unipersonales constituidas por la misma persona. Los actos celebrados en contravención a esta prohibición, no surtirán ningún efecto legal, es decir serán ineficaces de pleno derecho.

¿Qué conceptos de pago se genera al matricular, reformar y liquidar la E U?

Se debe cancelar el valor de los derechos de matrícula de la persona jurídica y del establecimiento de comercio, y el valor de la inscripción del documento de constitución, tomando como base los activos indicados en el formulario único empresarial. Igualmente deberá cancelar el impuesto de registro.

Para las reformas se debe cancelar los derechos de inscripción de los documentos de reforma más el impuesto de registro.

Para la liquidación se debe cancelar los derechos de inscripción de la cuenta final de liquidación, los derechos de cancelación de la persona jurídica y del establecimiento de comercio, más el impuesto de registro.

4.4 Estudio Financiero

El estudio financiero determina la cantidad de los recursos económicos necesarios para el adecuado funcionamiento de la empresa.

4.4.1 Inversión inicial. Para poder en funcionamiento la empresa, inicialmente se requiere lo siguiente.

Equipo de comunicación y computación

1 Computador	\$940.000
1 Teléfono inalámbrico	\$120.000
1 Caja registradora	\$340.000
TOTAL	\$1.400.000

Equipo de oficina

Butaco Karla	\$480.000
TOTAL	\$480.000

Maquinaria y equipo

Silla Eterna	\$2.080.000
Mesa Rimax	\$1.240.000
Vitrina Torrey	\$2.000.000
Vitrina Giratoria	\$5.000.000
Licuada Oster	\$280.000
Juego Oster	\$200.000
Nevera Centrales	\$910.000
Microondas Mabe	\$148.000
Estufa Mabe	\$520.000
Cubiertos Tramotina	\$1.100.000
Vajilla	\$4.545.000
Cristales (Vasos)	\$150.000

Caneca de Vaivén	\$360.000
Máquina para granizados	\$300.000
Cafetera Oster	\$400.000
Set de Cuchillos	\$260.000
Sanduchera Universal	\$80.000
Baterías de Ollas	\$216.000
Set de Utensilios	\$80.000
TOTAL	\$18.779.000

4.4.2 Gastos. Este rubro lo constituyen los gastos de personal y los gastos generales.

4.4.2.1 Gastos de personal. \$7.152.454 mensual.

Recursos humanos

1 Administrador	\$1.200.000
2 Meseros	\$1.378.908
2 Cocineros	\$1.400.000
1 Contador	\$300.000
1 Auxiliar Contable	\$689.454
Subtotal	\$4.968.362
Prestaciones sociales 34,96%	\$1.736.939
Parafiscales 9%	\$447.153
TOTAL	\$7.152.454

El valor nominal de cada uno de los sueldos, está basado en el salario mínimo mensual legal vigente; a excepción del contador público el cual se estará reconociendo por medio de honorarios.

Tabla 7.

Proyección gastos de personal

AÑOS	1	2	3	4	5
TOTAL	\$85.829.448	\$90.120.920	\$94.626.966	\$99.358.314	\$104.326.230

Fuente: Autor del proyecto.

4.4.2.2 Gastos de constitución. \$171.500

4.4.2.3 Gastos generales mensuales.

Arriendo	\$4.000.000
Acueducto	\$150.000
Energía	\$500.000
Teléfono	\$100.000
Gas	\$100.000
Dotación	\$250.000
Publicidad	\$30.000
Papelería	\$150.000
TOTAL	\$5.280.000

Para la proyección anual se tiene en cuenta un incremento del 5%.

Tabla 8.*Proyección de gastos mensuales*

AÑOS	1	2	3	4	5
TOTAL	\$63.360.000	\$66.528.000	\$69.854.400	\$73.347.120	\$77.014.476

Fuente: Autor del proyecto.

Tabla 9. Proyección de gastos totales

AÑOS	1	2	3	4	5
Personal	\$85.829.448	\$90.120.920	\$94.626.966	\$99.358.314	\$104.326.230
G.	\$63.360.000	\$66.528.000	\$69.854.400	\$73.347.120	\$77.014.476
Generales					
TOTAL	\$149.189.448	\$156.648.920	\$164.481.366	\$172.705.434	\$181.340.706

Nota Fuente: Autor del proyecto

Los gastos totales se incrementarán en un 5% anual.

4.4.3 Ingresos. Inicialmente se tendrá disposición para atender a 40 personas al mismo tiempo, lo que según el diagrama de flujo de atención que promedia la permanencia de cada cliente en una hora. Podrían atenderse 640 personas al día. Para la proyección utilizaremos un promedio de compra de \$2.000, se tiene en cuenta que el porcentaje de ganancia por venta es del 50%.

Tabla 10.*Número de clientes atendidos*

AÑOS	1	2	3	4	5
Mensual	16.640	17.472	18.304	19.136	19.968
Anual	199.680	209.664	219.648	229.632	238.616

Fuente: Autor del proyecto.

Tabla 11.*Ingreso económico mensual y anual*

AÑOS	1	2	3	4	5
Mensual	33.280.000	34.944.000	36.608.000	38.272.000	39.936.000
Anual	399.360.000	419.328.000	439.296.000	459.264.000	479.232.000

Nota Fuente: Autor del proyecto.

4.4.4 Capital de Trabajo. Este rubro se calcula con base al valor de cuatro (4) meses de gastos de funcionamiento y gastos del café, buscando dar respuesta a las diferentes necesidades durante los primeros días de funcionamiento de la misma.

Gastos totales (año 1)

C.T. \$149.189.448 x 4 meses / 12 meses

C.T. = \$49.729.816

De esta manera, se requiere tener en Bancos como garantía para el montaje del café cristiano, la suma de \$49.729.816

4.4.5 Depreciación. Para hallar la depreciación, se aplica el método de línea recta donde el valor a depreciar, se obtiene de dividir el valor del activo en libros sobre el período del proyecto.

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor Activo}}{\text{Vida del proyecto}}$$

Como hay activos de diferente vida útil, se deprecian por separado teniendo en cuenta que los equipos y maquinarias 10 años, y el equipo de computación y comunicación 5 años.

Tabla 12.

Fondo de depreciación

AÑOS	0	1	2	3	4	5
Equipo de oficina	\$480.000					
Depreciación		\$48.000	\$48.000	\$48.000	\$48.000	\$48.000
Continuación. Fondo depreciación						
Equipo de comunicación y computación	\$1.400.000					
Depreciación		\$280.000	\$280.000	\$280.000	\$280.000	\$280.000
Maquinaria y equipo	\$18.779.000					
Depreciación		\$1.877.900	\$1.877.900	\$1.877.900	\$1.877.900	\$1.877.900
Total Depreciación	\$20.659.000	\$2.205.900	\$2.205.900	\$2.205.900	\$2.205.900	\$2.205.900

Nota Fuente: Autor del proyecto

4.4.6 Balance Inicial. Es aquel que se hace al momento de iniciar un negocio, en el cual se registran los activos, pasivos y patrimonio con que se constituye e inicia. A continuación, se presenta el balance inicial para la creación del café cristiano Kyrios Coffee, en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander; definiendo total de activos, pasivos y patrimonio.

Balance Inicial

ACTIVOS

DISPONIBLE

Bancos	\$49.729.816
Propiedad, planta y equipo	\$20.659.000
TOTAL ACTIVOS	\$70.388.000

PASIVOS

Obligaciones financieras	\$50.000.000
--------------------------	--------------

PATRIMONIO

Aportes sociales	\$20.388.000
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	\$70.388.000

4.4.7 Estado de Resultados. Muestra el movimiento de ingresos, costos y gastos a realizarse durante el desarrollo de la actividad del Café. Acorde con las proyecciones de ingresos y gastos se diseña el estado de resultados proyectado a cinco (5) años, mostrando un progresivo incremento anual, debido al aumento en ingresos anuales.

El estado de resultados se proyecta a cinco años con un 5% anual.

Tabla 13.

Estado de resultados proyectado

CONCEPTO	1	2	3	4	5
Ingresos	\$399.360.000	\$419.328.000	\$439.296.000	\$459.264.000	\$479.232.000
-Costo	\$169.648.000	\$209.664.000	\$219.648.000	\$229.632.000	\$239.616.000
= Utilidad Bruta	\$169.648.000	\$209.664.000	\$219.648.000	\$229.632.000	\$239.616.000
-Gastos	\$149.189.448	\$156.648.920	\$164.481.366	\$172.705.434	\$181.340.706
=Utilidad Operacional	\$20.458.552	\$53.015.080	\$55.166.634	\$56.926.566	\$58.275.294
-Depreciación	\$2.205.900	\$2.205.900	\$2.205.900	\$2.205.900	\$2.205.900
=Utilidad Antes Imp.	\$18.252.652	\$50.809.180	\$52.960.734	\$54.720.666	\$56.069.394
Impuesto 35%	\$6.388.428	\$17.783.213	\$18.536.257	\$19.152.233	\$19.624.288
=Utilidad Después Imp	\$11.864.224	\$33.025.967	\$34.424.477	\$35.568.433	\$36.445.106
Reserva legal 10%	\$1.186.422	\$3.302.597	\$3.442.448	\$3.556.843	\$3.644.511
Utilidad Neta	\$10.677.802	\$29.723.370	\$30.982.029	\$32.011.590	\$32.800.595

Nota Fuente: Autor del proyecto

Tabla 14.*Flujo de caja*

AÑO	1	2	3	4	5
Utilidad neta	\$10.677.802	\$29.723.370	\$30.982.029	\$32.011.590	\$32.800.595
+Depreciación	\$2.205.900	\$2.205.900	\$2.205.900	\$2.205.900	\$2.205.900
Flujo de caja	\$12.883.702	\$31.929.270	\$33.187.929	\$34.217.490	\$35.006.495

Nota Fuente: Autor del proyecto

Punto de equilibrio. Para determinar el punto de equilibrio del proyecto, se aplica la siguiente fórmula, en la que se tiene en cuenta los gastos fijos y el porcentaje del margen de contribución, para lo cual se tomarán los datos del primer año:

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{costos variables}}{\text{ventas}}}$$

Los costos fijos y los costos variables, están establecidos en el cuadro de resumen de gastos año 1.

Se despeja a fórmula anterior:

$$PE = \frac{\$149.189.448}{1 - \frac{\$199.680.000}{\$399.360.000}}$$

$$PE = \frac{\$149.189.448}{1 - 0.5}$$

$$PE = \frac{\$149.189.448}{0.5}$$

$$PE = \$298.378.896 \text{ anual}$$

Para lograr el punto de equilibrio, la empresa debe tener ingresos, en el primer año de \$298.378.896

Para determinar la veracidad de lo anterior, se procede a realizar la respectiva prueba, realizando un Estado de Resultado, para lo cual es necesario hallar el índice de los costos variables en el punto de equilibrio. Entonces:

$$\%CV \text{ en } PE = \frac{CV}{PV}$$

$$\%CV \text{ en } PE = \frac{\$199.680.000}{\$399.360.000}$$

$$\%CV \text{ en } PE = 0.5$$

Ahora se halla el Costo Variable en el Punto de Equilibrio multiplicando el valor del Punto de Equilibrio por el porcentaje de los costos variables en el punto de equilibrio:

$$CV \text{ en } PE = \$298.378.896 \times 0.5$$

$$CV \text{ en PE} = \$149.189.448$$

Con la información anterior, se elabora el estado de resultados para comprobar el Punto de Equilibrio.

Ingresos en PE	\$298.738.896
Menos CV en el PE	\$149.369.448
UTILIDAD BRUTA	\$149.369.448
Menos Costos Fijos	\$149.369.448
UTILIDAD	\$0

Por lo anterior, queda demostrado que la empresa Kyrios Coffee, logrará el Punto de Equilibrio, teniendo ingresos por valor \$298.738.896 en el primer año.

4.5 Estudio económico

Esta etapa define la bondad de la empresa en términos de retribución económica, fundamentando los resultados en las técnicas del valor presente neto, valor actual neto, razón costo beneficio y tasa interna de retorno.

4.5.1 Valor Presente Neto (VPN). Este cálculo define el valor del proyecto al cabo de los primeros cinco (5) años de funcionamiento del café en el municipio de Ocaña, bajo una tasa de oportunidad y ciertos flujos netos de caja con recursos propios.

$$VPN = \sum \frac{\text{Flujo Neto de Caja}}{(1 + 2)^n}$$

Donde:

Tasa de oportunidad (12%)

n= número de años

$$VPN = \frac{12.883.702}{(1+0,12)^1} + \frac{31.929.270}{(1+0,12)^2} + \frac{33.187.929}{(1+0,12)^3} + \frac{34.217.490}{(1+0,12)^4} + \frac{35.006.495}{(1+0,12)^5}$$

$$VPN = \$11.503.305 + \$25.453.819 + \$23.622.512 + \$21.745.833 + \$19.863.625$$

$$VPN = \$102.189.094$$

El VPN del proyecto se muestra en \$102.189.094 resultado positivo para la viabilidad del proyecto, ya que es superior a la inversión inicial que es de \$70.388.000

4.5.2 Valor Actual Neto (VAN). Mediante este indicador se conoce la recuperación real de la inversión inicial, ya que dicho valor se descuenta del VPN, por lo que es un valor neto, sobre el cual se analiza el reintegro de recursos financieros, a través de los ingresos del café cristiano, Kyrios Coffee, en la ciudad de Ocaña.

$$VAN = VPN - \text{Inversión inicial}$$

$$VAN = \$102.189.094 - \$70.388.000$$

$$VAN = \$31.801.094$$

El Valor Actual Neto de \$31.801.094 al cabo de cinco años es un resultado positivo, porque luego de recuperar los de inversión inicial, deja un rubro positivo, indicando que la actividad económica retribuye aquellos recursos por los cuales se asume cierto riesgo financiero.

Esta razón de análisis es importante conocerla, especialmente para aquellas personas interesadas en el proyecto, ya que tendrán la oportunidad de saber la proyección económica que tiene el café cristiano en la ciudad de Ocaña.

4.5.3 Razón Costo Beneficio (RCB). Esta técnica da a conocer el número de veces en que se recupera la inversión inicial durante los primeros cinco años de funcionamiento de la empresa.

$$RCB = \frac{\text{Valor Presente Neto}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$RCB = \frac{\$102.189.094}{\$70.388.000}$$

$$RCB = 1,451797096$$

La inversión inicial es recuperada en 1,451797096 veces al cabo de los primeros cinco años del café cristiano, resultado positivo para la viabilidad del proyecto, ya que supera el mínimo esperado que es una (1) vez.

4.5.4 Tasa Interna de Retorno (TIR). Con este cálculo se determina el porcentaje con el que la inversión inicial se reintegra a la empresa durante los primeros cinco años de actividad.

Esta técnica realiza la siguiente comparación:

Inversión inicial = Valor Presente Neto

$$\$70.388.000 = \$102.189.094$$

Para su determinación se toman dos tasas (t_1 y t_2) tentativas:

Tasa 1: 10%

$$TIR = \frac{12.883.702}{(1+0,10)^1} + \frac{31.929.270}{(1+0,10)^2} + \frac{33.187.929}{(1+0,10)^3} + \frac{34.217.490}{(1+0,10)^4} + \frac{35.006.495}{(1+0,10)^5}$$

$$TIR = \$11.712.456 + \$26.387.826 + \$24.934.582 + \$23.371.006 + \$21.736.279$$

$$TIR = \$108.142.149$$

Tasa 2: 14%

$$TIR = \frac{12.883.702}{(1+0,14)^1} + \frac{31.929.270}{(1+0,14)^2} + \frac{33.187.929}{(1+0,14)^3} + \frac{34.217.490}{(1+0,14)^4} + \frac{35.006.495}{(1+0,14)^5}$$

$$TIR = \$11.301.493 + \$24.568.536 + \$22.400.907 + \$20.259.501 + \$18.181.277$$

$$TIR = \$96.711.714$$

INTERPOLACIÓN

$$\left(\begin{array}{l} \$108.142.149 \text{ --- } 10\% \\ \$70.388.000 \text{ --- } X \\ \$96.711.714 \text{ --- } 14\% \end{array} \right)$$

$$\$108.142.149 - \$70.388.000 = \$37.754.149$$

$$\$108.142.149 - \$96.711.714 = \$11.430.435$$

$$14\% - 10\% = 4\%$$

$$\frac{x}{4} = \frac{\$37.754.149}{\$11.430.435}$$

$$\$11.430.435x = \$37.754.149(4)$$

$$x = \frac{\$151.016.596}{\$11.430.435}$$

$$x = 13,21$$

$$x = 13,21\%$$

$$\text{TIR} = 10\% + 13,21\%$$

$$\text{TIR} = 23,21\%$$

Con este indicador se busca establecer el porcentaje con el que ingresa la inversión inicial durante los cinco años proyectados. Con el establecimiento de dos tasas para la interpolación se pretende encontrar un porcentaje promedio de recuperación, en el caso concreto se utilizó una tasa inferior de la base que es del 10%, y una tasa superior del 14%; dando como resultado la recuperación de la inversión en un 23, 21%, de esta manera se muestra atractivo para invertir.

4.6 Estudio ambiental y social

El ambiente social y cultural influye en la manera en que vive y se comporta la gente, así como en las razones que le impulsan a ello. Por lo tanto, el estudio ambiental permite establecer las implicaciones que pueden llegar a afectar a los habitantes del sector aledaño a la Plaza Parque 29 de Mayo.

4.6.1 Impacto ambiental. Los diferentes sitios como cafeterías y cafés que existen actualmente en la ciudad de Ocaña deben cumplir con un nivel máximo de ruido establecido por el Departamento Administrativo del Medio Ambiente (DAMA) o llamada también Secretaría de Ambiente, esto con el fin de no generar las siguientes reacciones en el sector de estudio:

- *Las reacciones fisiopatológicas*, son aquellas que afectan físicamente al organismo en sus funciones y entre ellas cuando los ruidos producen más de 60 decibeles son: aceleración de la

respiración y del pulso, aumento de la presión arterial, disminución del buen funcionamiento digestivo, que ocasiona gastritis o colitis, problemas neuromusculares que ocasionan dolor y falta de coordinación.

- *Reacciones psicológicas*, son aquellas en donde se disminuye la concentración, la efectividad y productividad laboral.
- *Las reacciones Lesivas*, ocasionan daños al organismo, cuando la persona está expuesta a más de dos horas de ruido excesivo, como por ejemplo lesiones de mayor gravedad en el oído.

KYRIOS Coffee maneja la música como ambientación debido a que se quiere un lugar tranquilo donde se pueda dialogar.

El control de olores se realiza por medio de un extractor de olores, con el fin de no afectar a los clientes dentro del establecimiento.

4.6.2 Impacto social. Muchos empresarios asumen el rol de las organizaciones, como beneficio económico para los accionistas y propietarios, pero hoy en día, las empresas deben estar más convencidas de que su éxito económico ya no depende únicamente de una estrategia de aumentar al máximo los beneficios a corto plazo, sino de tener en cuenta la protección del medio ambiente y el fomento de su responsabilidad social, incluidos los intereses de los consumidores.

Es por esta razón, que para la creación de un Café con identidad cristiano evangélica en el sector Centro de Ocaña, el desarrollo social es fundamental basado en la competitividad, ofreciendo excelente calidad en cada uno de los productos, de igual forma rescatar los principios, valores éticos y morales de la comunidad donde prevalezca la conciencia y responsabilidad social, asumiendo un liderazgo positivo en el sector, lo cual se convertirá en una inversión a largo plazo.

Dentro de esta panorámica, Kyrios Coffee servirá de catapulta para generar un mayor índice de empleo, contratando por lo menos a 5 personas para prestar los servicios vinculados al café. Así mismo, en la medida que se ejecuten las actividades comerciales, el beneficio social se verá reflejado a través del pago de impuestos.

Finalmente, y quizá el valor agregado más importante radica en la conservación y promulgación de los valores cristianos. Reunirá a los familiares, invirtiendo tiempo en las parejas e hijos, así como a amigos, reestructurando relaciones afectivas. Teniendo en cuenta que la tecnología ha dejado de lado placer de ver a los ojos mientras se interactúa con otros seres humanos, el café utilizará los medios tecnológicos de manera responsable para que el amor sea el fundamento de las reuniones en el café cristiano.

De allí que Ocaña, podrá contar con un espacio para refrescar el alma y el espíritu, mejorando el mundo para cada cliente y creando un mejor entorno.

Capítulo 5: Conclusiones

Al realizar el estudio pertinente, se comprueba la necesidad de crear un Café con enfoque cristiano evangélico. Se puede concluir del estudio de mercado que los clientes desean dentro de las características indispensables del servicio se encuentran: la comodidad, el ambiente y espacio acogedor, así como la agilidad en la atención. Respecto a la demanda, se observa que un 90% son clientes potenciales. La oferta según los resultados debe estar enmarcada en bebidas y alimentos exquisitos y variados. Los precios se proyectaron teniendo un margen de utilidad del 50%. Se tomó un canal de distribución directo por ser el más aconsejable para el tipo de negocio y las estrategias de publicidad estarán enfocadas en mayor fuerza en las redes sociales y tv local por petición de los encuestados.

El estudio técnico se logró determinar cuál era la maquinaria y equipos necesarios para el buen funcionamiento de la empresa.

El desarrollo del estudio administrativo y legal trajo consigo una estructura organizacional funcional y un establecimiento de los lineamientos exigidos por la ley para su normal funcionamiento.

A través del estudio financiero y económico se comprueba la viabilidad del proyecto con una TIR lo suficientemente alta y llamativa para cualquier inversionista.

Si bien, en el último estudio realizado, el estudio social y ambiental denotó la importancia de la creación del café cristiano como fortaleza para los valores cristianos y sociales, tan precarios en la actualidad. De igual forma, se provee un espacio de integración familiar y un refrigerio espiritual.

Capítulo 6: Recomendaciones

Se recomienda tener en cuenta los aspectos evaluados en este estudio y su próxima acción para crear empresa. Siendo un buen negocio de inversión, y teniendo en cuenta, que la población del proyecto fue tomada sólo de las iglesias principales, el café cristiano podría tener mayor demanda si se proyecta como un espacio para todo tipo de personas

Capítulo 7: Referencias

Alcaldía municipal del tarra, Norte De Santander. Secretaria de hacienda.

Chacholiades Milquiades. (1980). *Economía Internacional*. Edit. Mc Graw-Hill. México

Henri Fayol. *Teoría clásica de la administración. Introducción a la administración quinta edición*

Hogan, David. *Selling 'em by the Sack: (1997). White Castle and the Creation of American Food. New York: New York University Press,.*

Instituto Colombiano de normas técnicas y certificación. *Citas y notas de pie de página*. 2 ed. Bogotá: ICONTEC, 2008. 7p. (NTC 1487)

Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. *Numeración de divisiones y subdivisiones en documentos escritos*. 2 ed. Bogotá: ICONTEC, 2008. 4p. (NTC 1076)

Instituto Colombiano de normas técnicas y certificación. *Presentación de tesis, trabajos de grado y otros trabajos de investigación*. 5 ed. Bogotá: ICONTEC, 2008. 34p. (NTC 1486).

Medina, R. (2010) *Diferenciarse no basta, cómo diseñar y activar propuestas de valor*, Lid, México

Torres Gaytan Ricardo. (1998). *Teoría del comercio internacional*. Edit. Siglo XXI, México 19

Zikmund, William G. *Investigación de mercados*. México: Prentice Hall Interamericana. pp. 4.

Mercado. (2013). En: G. Lilien & Ph. Kotler (1983): *Marketing Decision Making: A Model Building Approach*, Nueva York, Harper & Row.

Teoría investigación de mercados (2015). En Internet en:
<https://sites.google.com/site/marketeam210/inv/10-1-teoria-investigacion-de-mercados>.

García Garnica, Alejandro. (2010). *Teoría de la empresa*. 1 ed., [México]: Universidad Autónoma Metropolitana En internet en: <http://www.izt.uam.mx>

Smith. (2015). *Teoría del valor del trabajo* Disponible en internet en:
<http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/12teoria-clasica/58-teoria-del-valor-trabajo-adam-smith>

Historia de los restaurantes a nivel mundial. (2013). En:
<http://www.arqhys.com/contenidos/restaurantes-historia.html>

Apéndices

Apéndice A. Encuesta**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS****ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.****ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES CRISTIANOS EVANGÉLICOS DE
OCAÑA NORTE DE SANTANDER**

Objetivo: Formular un estudio de factibilidad para la creación de un Café Cristiano Evangélico en la Ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

1. ¿Con que frecuencia al mes visita usted un Café?

a. Una _____ b. Dos _____ c. Tres o más _____ d. No sabe/No Responde _____.

e. Nunca va _____. Por qué? _____

2. ¿Cuáles cafeterías suele visitar con más frecuencia?

a. Rinaro _____ b. Cafecentro _____ c. Cedros _____ d. No sabe/No Responde _____.

e. Otras _____ Cuáles? _____

3. ¿Qué es lo que lo motiva a visitar una cafetería?

- a.** El servicio _____ **b.** Los productos _____ **c.** EL Ambiente _____
- d.** La ubicación _____ **e.** Los precios _____ **f.** No sabe/No Responde _____.
- g.** Otro _____ cuál? _____

4.¿Cuándo asiste a una cafetería con cuantas personas va?

- a.** Entre 1 y 2 _____ **c.** Entre 2 y 4 _____ **d.** Más de 4 _____.
- e.** No sabe/No Responde _____.

5.¿Cuál de las siguientes bebidas consume con más frecuencia?

- a.** Café y sus variedades _____ **b.** Aromáticas y Té _____ **b.** Malteadas _____
- c.** Bebidas Frapadas _____ **e.** Gaseosas _____ **f.** Chocolate _____
- g.** No sabe/No Responde _____ **h.** Otras, Cuáles? _____

6.¿Cuál de las siguientes comidas es de su preferencia?

- a.** Postres _____ **b.** Crepes _____ **c.** Tortas _____ **d.** Pasabocas _____ **e.** Fritos _____.
- f.** No sabe/No Responde _____ **g.** Otras, Cuáles? _____

7.Cada vez que usted visita una cafetería, en promedio cuánto consume?

- a. Entre 500- 5.000 _____ c. Entre 5.000 - \$10.000 _____ d. Entre \$10.000 y \$20.000
 e. Más de 20.000 _____ f. No sabe/No Responde _____.

8.¿Cuál de los siguientes servicios, considera usted el más importante en este tipo de establecimientos?

- a. Comodidad_____ b. Espacio acogedor_____ c. Agilidad_____
 d. Amabilidad_____ e. No sabe/No Responde _____.
 f. Otros, cuál? _____

9.¿Si existiera una cafetería con identidad cristiana, la visitaría?

- a. SI_____ ¿por qué?_____
- b. NO_____ ¿por qué?_____

10. ¿Dónde le gustaría que estuviera ubicado el café cristiano?

- a.** Ciudadela Norte_____ **b.** Primavera _____ c. San francisco _____
 d. Parque central _____ e. San Agustín_____ f. No sabe/No Responde _____.
 g. Otro ____ ¿cuál?_____

11. ¿Qué medios publicitarios considera usted efectivos para dar a conocer la cafetería?

- a.TV_____ b. Radio____ c. Prensa escrita_____ d. Redes sociales _____
 e. volantes_____ f. No sabe/No Responde _____.

Apéndice B. Lista de Bebidas y Alimentos

BEBIDAS

Expreso:



- Expreso
- Café Largo
- Café con Leche
- Cappuccino
- Chocolate Caliente
- Latte Macchiato
- Bicerin
- Café con naranja
- Café con nata
- Café marocchino
- Café mocha
- Café Ruso
- Irish Coffee
- Macchiato de caramelo

Opciones refrescantes:



Frappé en base de café:

- Café Frappé
- Frappé Cappuccino
- Frappé Moka
- Frappé Caramelo

Frappé en base de Té:

- Té Chaí Frappé
- Té Verde Frappé

Café helado

Gaseosas

Infusiones:



- Manzanilla
- Jengibre
- Tila y Melisa
- Romero
- Hinojo
- Hierba Limón
- Toronjil
- Yerbabuena
- Canela
- Albahaca
- Té Verde
- Té Negro

COMIDAS

Muffin:

Sandwiches:

Pastelería:



- Muffin de Arándanos
- Muffin de Chocolate
- Muffin de Banano
- Muffin de Vainilla y Chips de Chocolate
- Almojábana



- Emparedado 3 Quesos
- Emparedado de Pollo
- Emparedado de Jamón y Huevo
- Emparedado Clásico



- Torta de Caramelo
- Torta de Zanahoria
- Torta de Limón
- Cheesecake Clásico
- Cheesecake de Maracuyá
- Cheesecake de Frutos Rojos
- Galleta de chocolate
- Galleta de Chocolate Blanco y Nuez
- Galleta de Avena

Croissant:



- Croissant de Jamón y

Crepes:



- Crepe de Frutos Rojos
- Crepe de Arequipe

Fritos:



- | | | |
|----------------------|------------------------------|-----------------------|
| Queso | • Crepe de Chocolate | • Empanada de Pollo |
| • Croissant | de • Crepe de pollo, jamón y | • Empanada de Carne |
| Mantequilla | queso | • Empanada Hawaiana |
| • Croissant de Queso | • Crepe de pollo con | • Empanada de Jamón |
| • Croissant de Pollo | champiñones | • Empanada Mixta |
| • Churro de Queso | | • Empanada de Queso |
| • Churro de Queso y | | • Empanada Colombiana |
| Bocadillo | | |

Cafés

El café, es una bebida exquisita, negra y perfumada, es la única bebida natural baja en calorías que reconforta el ánimo, satisface la sed y se caracteriza por su delicioso aroma y sabor.

Pocas bebidas en el mundo han llegado a ser tan placenteras y altamente apreciadas como una taza de café bien preparada, y todos coinciden en que su deleite va más allá de ser una simple bebida estimulante o que satisface su sed, pues su exquisito aroma y sabor ofrecen una variada gama de sensaciones que reconfortan el estado físico y espiritual de quienes lo consumen.

Se presentarán, en las siguientes páginas algunas de las características de los productos que se ofertarán en KYRIOS Coffee.

Bebidas a base de café



EXPRESO

El café espresso es la manera italiana de disfrutar del café: cuando perfectamente preparado, se reconoce un buen espresso por su espuma cremosa, compacta y con su patrón característico de tonos más oscuros hacia el centro. Notas ácidas y amargas bien armonizadas le dan un sabor fuerte y equilibrado.

INGREDIENTES

Café



CAFÉ LARGO

El café largo tiene el triple de café que un café espresso. Mucha gente cree que el café largo tiene menos cafeína que el espresso pero es un cliché. En realidad, tiene mucho más cafeína que el corto de café ya que el tiempo de preparación es más largo. Cuanto más largo es el proceso de preparación, más alto es el contenido de cafeína.

INGREDIENTES

Café



CAFÉ CON LECHE

Italia es probablemente el hogar de la cultura del café más querido y más famoso del mundo. En Italia el día empieza con un caffelatte acompañado con biscochos o un trozo de pastel.

INGREDIENTES

Café espresso

Leche



CAPUCCINO

El nombre cappuccino deriva presumiblemente de los monjes de la Orden Capuchina. El nombre puede referirse más concretamente a las capuchas usadas por los monjes (en italiano: cappuccio) y cuya forma recuerda a la forma que toma la espuma de un capuchino; o puede que se refiera al color de las capuchas cuya tonalidad coincide con el marrón ideal de la bebida.

INGREDIENTES



CHOCOLATE CALIENTE

El chocolate caliente es la bebida ideal para toda la familia. Gracias a la jarra específica para chocolate, preparar una o dos tazas de delicioso chocolate caliente nunca ha sido tan fácil.

INGREDIENTES

Leche

Cacao en polvo



LATTE MACCHIATO

El consumo de café se inicia a una edad temprana en Italia - con el latte macchiato: una mezcla de café, leche caliente y espuma de leche.

INGREDIENTES

Café espresso

Leche

- **Café espresso**
- **Leche**



CAFÉ CON NATA

BICERIN

Bicerin, una creación del Conde Cavour, es una bebida aristocrática de la antigua ciudad italiana - Turín. El cacao en polvo y la canela le dan a la bebida un sabor noble. Estos ingredientes, los cuales eran prohibitivamente caros en la época, restringían el placer de la bebida a las clases acomodadas.

CAFÉ CON NARANJA

PREPARACIÓN

Mezclar el café, el azúcar, la naranja picada y el coñac. Terminar con la nata montada y con cascara de naranja para adornar.

INGREDIENTES

30 ml de café espresso
1 cucharada de naranja picada
1 copita de Coñac

PREPARACIÓN

Verter el espresso en una taza y adornar con la nata montada. Añadir azúcar al gusto antes de añadir la nata.

INGREDIENTES

30ml café espresso
Nata montada

Nata montada

INGREDIENTES

Azúcar (al gusto)

30 ml de café espresso**1.5 - 2 cucharaditas de té de****cacao en polvo****1 cucharadita de azúcar (o****al gusto)****1 pizca de canela****Nata****CAFÉ MAROCCHINO****CAFÉ MOCHA****CAFÉ RUSO****PREPARACIÓN**

Prepare su café espresso favorito, añada una dosis de espuma de leche y por fin espolvoree con cacao en

Esta bebida se compone de varias capas: chocolate, leche, café espresso e nata. Cuchara a cuchara, el café mocha no sólo destaca por su

PREPARACIÓN

1. Preparar el café espresso
 2. Añadir el azúcar y el
-

polvo.

aspecto visual, sino también

vodka

por su sabor exquisito.

3. Colocar todo dentro

INGREDIENTES

1 café macchiato (café
expresso con espuma de
leche)

INGREDIENTES
30 ml de café espresso

de un vaso y
terminar con una
capa de nata

Cacao en polvo

120 ml de leche caliente
1-2 cucharadas de salsa fría
de chocolate

4. En verano, además
de la nata, puede
añadir hielo
triturado.

Nata montada

Virutas de chocolate

INGREDIENTES

- 30 ml de café espresso
 - Azúcar (al gusto)
 - 1 copita de vodka
 - Nata (al gusto)
-



FRAPPE CAPUCCINO

PREPARACIÓN

Colocar el café, la nata, el jarabe y el granizado en una licuadora a la velocidad máxima durante dos minutos aproximadamente. Enseguida, verter la mezcla en un vaso y servir!

El vaso de frappè cappuccino puede ser adornado con nata montada. Si no tiene jarabe de azúcar, puede utilizar café endulzado con azúcar moreno



IRISH COFFEE

La invención del café irlandés fue reclamada por la pequeña ciudad irlandesa Foynes: el irish coffee se servía en los bares y cafeterías locales para ayudar a los viajeros que por allí pasaban, después de largos viajes, a entrar en calor. El café irlandés es un café caliente, azucarado, combinado con whisky y una capa de nata.

INGREDIENTES

30 ml de café



MACCHIATO DE CAMELO

Además del café y la leche, esta variante de latte macchiato contiene jarabe de caramelo cuyo sabor se une al del café formando un conjunto armonioso y exquisito.

INGREDIENTES

30 ml de café espresso

25 ml de leche fría

150 ml de leche caliente

Jarabe de caramelo (las

También puede añadir nata 2 cucharaditas de té de cantidades pueden variar
montada, jarabe de azúcar dependiendo del tamaño del
caramelo o chocolate. 1 chupito de whisky vaso o de las preferencias
1 cucharadita de té de nata personales)

INGREDIENTES

2 cafés espresso

1 taza de nata montada

1/2 taza de jarabe de azúcar

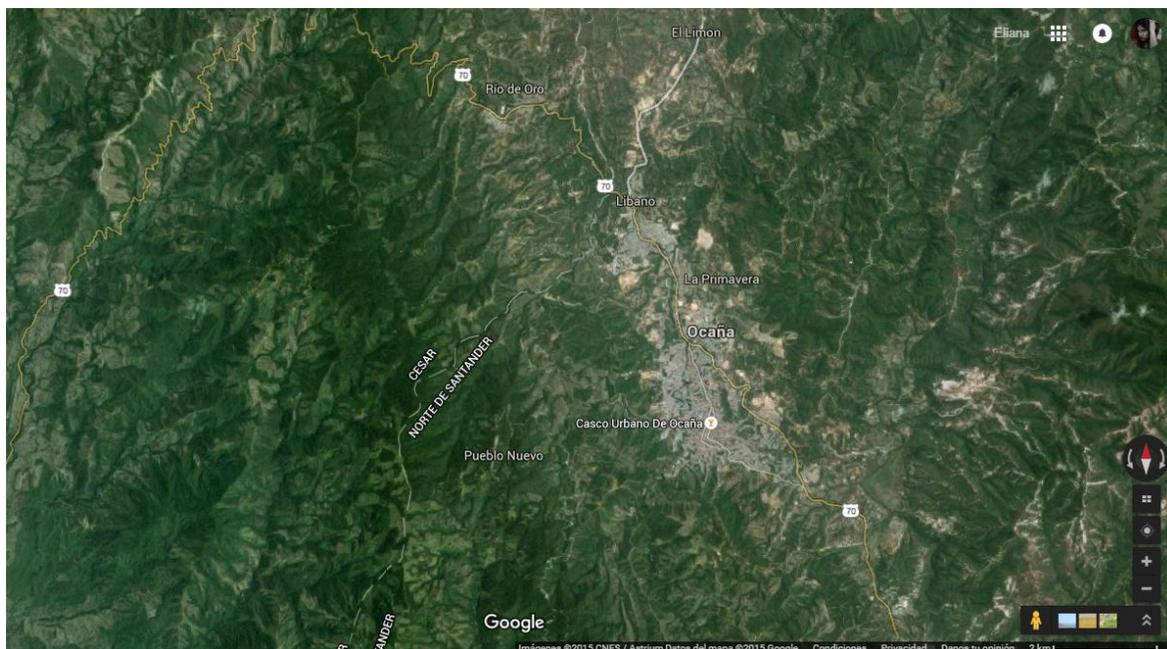
1 taza de granizado de nata

(opcional)

Fuente: Delongui.com

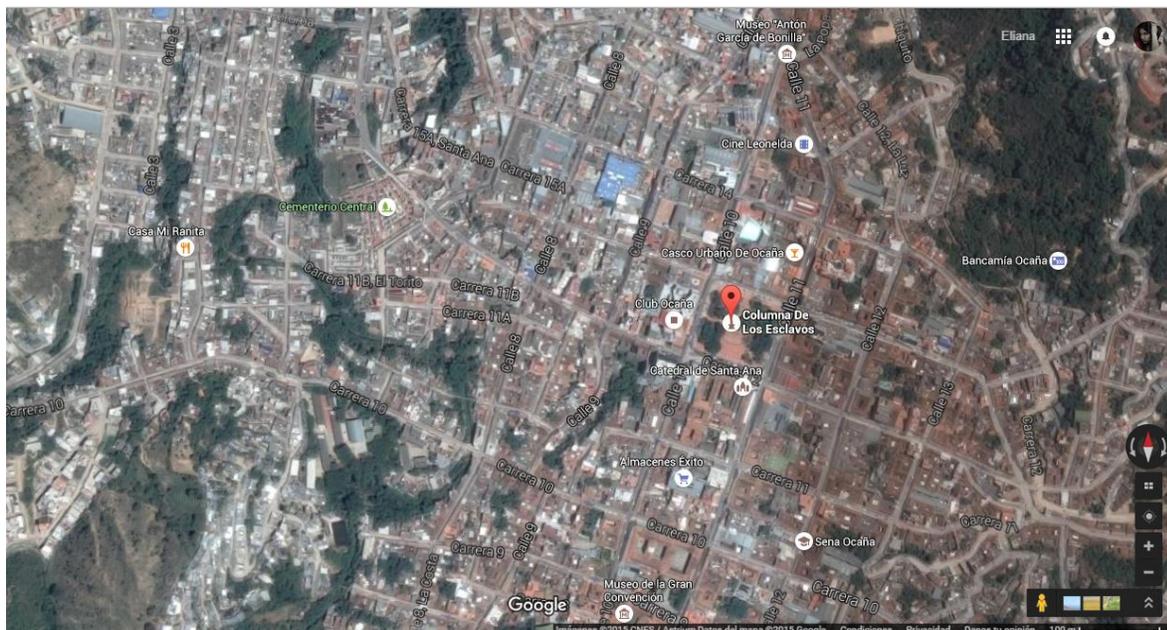
Apéndice C. Localización

Localización de Ocaña, Norte de Santander



Fuente: Google Maps

Localización de la Plaza Parque 29 de Mayo, Casco Urbano.



Fuente: Google Maps

Apéndice D. Cualidades de los equipos requeridos para prestar el servicio en el café cristiano



COMPUTADOR TODO EN 1 ACER AZ1-621-

RC16 4GB 1TB INTEL PENTIUM

Computador todo en 1

Pentium 22 pulgadas 4gb 1tb

Acer az1-621-rc16

Windows 8,1

Pantalla de 22 pulgadas

Intel pentium

Memoria ram 4gb

Unidad de dvd super muti drive

Intel hd graphics

Conectividad wifi

Camara web

INCLUYE TECLADO Y MOUSE

ALAMBRICOS

PRECIO: \$940000



TELÉFONO INALÁMBRICO MOTOROLA

FOX 500 DECT 6.0

Tecnología DECT 6.0

Modelo no expandible

Control de Volumen

Marcado de un botón para 10 números telefónicos

5 Timbres

Contesta con cualquier botón

Luz de en carga/en uso

Boton de remarcado

Modelo: FOX50

PRECIO: \$120000

CAJA REGISTRADORA CASIO PCR T273



PRECIO: \$340.000

Tabla 13. Equipos de computación y comunicación

REQUERIMIENTO	CANTIDAD	COSTO (\$)
Computador Acer	1	\$940.000
Teléfono Motorola	1	\$120.000

Caja registradora	1	\$340.000
TOTAL		\$1.400.000

5.4.1.2 Equipo de oficina. Equipo solicitado para la adecuación de las oficinas del centro de rehabilitación.



Butaco Karla en pintura electrostática

PRECIO: \$480.000

Tabla 14. Equipo de oficina

REQUERIMIENTO	CANTIDAD	COSTO (\$)
Butaco Karla	1	\$480.000
TOTAL		\$480.000

5.4.1.3 Maquinaria y equipo. Ésta es básica para la prestación del servicio.



SILLA ETERNA SIN BRAZOS WENGUE

Silla eterna sin brazos Color: wengue

Alto: 86,5 Ancho: 49 Largo: 57,5

PRECIO: \$52.000



MESA RIMAX ETERNA RATTAN WENGUE

7804

Diseño de cubierta sin textura para darle estabilidad a los objetos .

Fácil de limpiar.

Fácil de armar, sin herramientas.

Patas cuadradas.

Tapon en el centro para parasol

PRECIO: \$124.000



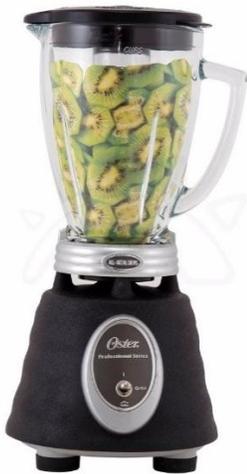
Marca Torrey con vidrio curvo especialmente para exhibir tortas, embutidos, lácteos, etc. Disponible en 1, 1.5 y 2 mts

PRECIO: \$2.000.000



NEVERA GIRATORIA

PRECIO: \$5.000.000



Licadora Oster Pro Semi Industrial Profesional

Características

- Potente motor de 600 vatios.
- Base satinada de diseño clásico, más corpulenta con pies de hule (caucho, goma) para mayor estabilidad.
- Cómodo interruptor mejorado de una velocidad.
- Sistema de impulsión totalmente metálico All Metal Drive
- Vaso de vidrio resistente al calor de 1,250 litros (5 tazas), con asa integrada y pico vertedor.
- Revolucionaria cuchilla pica hielo Ice Crusher Blade.
- Nuevo bisel satinado cromado color plata.
- Tapón medidor de plástico transparente con capacidad de 60 ml (2 onzas).
- Tapa de material vinyl.

PRECIO: \$280.000

Juego Oster Vaso Licadora Vidrio + Base + Tapa

+ Cuchillas





PRECIO: \$100.000

Nevera Centrales No Frost De 278 Litros De
Capacidad

Referencia: CCN278FYJSN | EAN
7704712026053

Dimensiones:

Alto: 165 cms

Ancho: 58 cms

Profundo: 69 cms

PRECIO: \$910.000

MICROONDAS MABE 0.7 CAPACIDAD

HMM79DB COLOR BLANCO

Horno microondas 0.7 pc

Potencia nominal 600 wt

Panel de control digital

10 niveles de potencia

8 opciones de cocinado: palomitas, papas, pizza,
bebidas, sopa, cena, verduras frescas y congelados

Seguro para niños

Plato giratorio de cristal

Señal de fin de cocinado



Apertura de puerta pull

Timer de cocinado

Descongelamiento por peso

Descongelamiento por tiempo

Cocinado rápido

120volts / 60hz

Color blanco

Garantía 1 año

Dimensiones:

Ancho: 43 cms

Alto: 26 cms

Profundo: 33 cms

PRECIO: \$148.000



Estufa De Piso Mabe 20 Pulg Emc20ggxn-4 Color

Gratifo

Estufa a gas de piso 20"

Tapa en cristal templado

Cubierta en acero inoxidable

2 parrillas superiores en alambón

3 quemadores estándar y 1 jumbo

Tapa de quemadores negra

Encendido eléctrico

Horno de gran capacidad con termo control

Dorador eléctrico

Luz en el horno

Puerta horno: tipo espejo

Vidrio en la contrapuerta

1 parrilla esmaltada en el horno

Color: gris

Garantía: 1 año

Dimensiones:

Alto: 93 cms

Ancho: 52 cms

Profundo: 59 cms

PRECIO: \$520.000



JUEGO DE CUBIERTOS TRAMONTINA
AMAZONAS ACERO

PRECIO: \$220.000



VAJILLA 4/16 CUADR BAMBÚ

Vajilla Cuadrada Bambú

PRECIO: \$90.900



CRISTALES

PRECIO: \$3.000 C/U



Caneca De Vaivén Plástica De 35 Litros

Tipo	Papeleras Vaivén
Medidas	66 x 38 x 27 cm
Características	Caneca con gran capacidad de almacenamiento, elaborada en material resistente
Capacidad	35 litros
Material	Plástico termoformado
Uso	Hogar, oficina, comercio
Color	Blanco, Gris, Rojo, Azul, Verde

PRECIO: \$120.000 C/U



INDIVIDUALES PLÁSTICOS ENTRETEJIDOS

PRECIO: \$2.000 C/U



MAQUINA PARA GRANIZADOS WP
CUISINART SMC100-ROJA

PRECIO: \$300.000



CAFETERA OSTER PARA ESPRESSO Y
CAPUCCINO 7701

MODEL: BVSTEM7701

Ideal para preparar cappuccino, espresso y otras
bebidas calientes

Selector automático para colar

Bomba italiana con 15 bares de presión

Depósito de agua removible de gran capacidad de
(1,5 litros) para linear fácilmente

Dispensador de agua caliente para mayor
versatilidad al preparar infusiones u otras bebidas
calientes

Selector automático para colar

Consumo de energía (Wh/Dia): 341



PRECIO: \$400.000

SET DE CUCHILLOS 4 PIEZAS CON
PELADOR VERDE

1 Cuchillo especial para carne

1 Cuchillo especial para pelar

1 Cuchillo especial para frutas

1 Pelador de verduras en cerámica

PRECIO: \$260.000

Sanduchera Multifuncional 3 En 1 Universal
L87210-negro



Versatilidad 3 en 1: Sanduchera, asador y waflera.

Placas removibles.

No requiere aceite, no se pega y es de fácil
limpieza.

Clip de seguridad.

Potencia 750 Vatios.

PRECIO: \$80.000



Baterías De Ollas Expressions Kitchenware

140023 Set X 6 Pie

Batería de cocina x 6 piezas.

Antiadherente.

Tapas en vidrio.

Válvula para escape de vapor.

Fácil de limpiar.

PRECIO: \$216.000



Set De Utensilios Organizadores De Cocina 15

Piezas Oxo

Ref 719812014210

PRECIO: \$80.000

Anexo E. Evaluación de desempeño

Formato Evaluación de Desempeño				
Lea la definición de cada factor y escoja la clasificación que describa con más precisión al trabajador. La evaluación de cada uno de los factores debe relacionarse directamente con el desempeño real del empleado.				
Nombre Empleado:		Cargo :		
Tipo de Contrato :		Evaluador :		
Código :		Fecha Ingreso :		
Fecha Evaluación :				
Motivo de la Revisión:		Annual	Promoción	Méritos
		Fin Período de Prueba		Otro
FACTORES		DEFIC.	SUFIC.	BUENO
		1- 2 - 3	4- 5	6-7-8
				EXCEL.
				9-10
PRESENTACIÓN PERSONAL				
1. Es acorde al cargo y labores desempeñadas				
PUNTUALIDAD				
2. Asiste diariamente a su lugar de trabajo en las horas asignadas				
CUMPLIMIENTO, RESPONSABILIDAD Y PLANIFICACION				
3. Cumple con las normas internas de la empresa				
4. Es cuidadoso con la dotación y los elementos asignados para el mantenimiento de su puesto				
5. Cumple con las funciones asignadas				
6. Acata órdenes de forma adecuada				
7. Maneja adecuadamente las comunicaciones				
8. Se puede depositar confianza en el sentido de que terminará sus tareas y les dará seguimiento				
9. Establece un curso de acción para sí mismo y para los demás, a fin de lograr metas específicas. Establece prioridades y monitorea su progreso. Hace seguimiento.				
CUIDADO Y MANTENIMIENTO DEL EQUIPO DE TRABAJO				
10. Mantiene en buen estado su puesto y equipo de trabajo				
RELACIONES INTERPERSONALES				
11. Mantiene relaciones cordiales con sus superiores				
12. Establece relaciones cordiales con sus compañeros				
13. Es amable en sus relaciones con terceros				
14. Recibe en forma adecuada la retroalimentación dada por el supervisor o jefe inmediato				
15. Desarrolla una buena y oportuna comunicación con su jefe inmediato				
16. Emplea los canales formales de comunicación				
17. Trabaja eficientemente dentro de un equipo o fuera de la línea formal de mando para alcanzar objetivos.				
SUPERACION PERSONAL				
18. Muestra interés en la adquisición de conocimientos y técnicas que le permitan desarrollarse personal y laboralmente				
INICIATIVA Y CREATIVIDAD				
19. Muestra habilidad para buscar y encontrar soluciones a las situaciones que se le presentan en su trabajo.				
20. Adopta mecanismos que le permitan agilizar sus labores diarias				
21. Demuestra un alto nivel de compromiso, energía, flexibilidad y tenacidad para realizar el trabajo. Establece altas normas y metas, luchando continuamente para alcanzarlas o superarlas.				
22. Tiene voluntad para poner en práctica una idea que pueda añadir valor al negocio, promoverla y convertirla en realidad. Toma medidas para asegurarse que se cumplan o superen los objetivos, sin que se le pidan.				
CALIDAD				
23. En su trabajo se destaca la exactitud, cumplimiento y aceptabilidad del trabajo realizado.				
24. Demuestra interés general por todos los aspectos y detalles del cargo, verificando con precisión su propio trabajo y monitoreando los datos.				
PRODUCTIVIDAD				
25. La cantidad y eficiencia del trabajo producido dentro de un plazo determinado				
PERSPICACIA COMERCIAL (Servicio al Cliente)				
26. Demuestra y comprende los principios y técnicas comerciales. Centra la atención en las Ganancias y Pérdidas, tomando decisiones que permitan aumentar al máximo las utilidades.				
IMPACTO E INFLUENCIA				
27. Utiliza métodos formales e informales para persuadir e influenciar a otros, con el fin de que se acepte una idea planteada.				
PASION POR EL SERVICIO AL CLIENTE				
28. Tiene instinto para identificar, comprender y dar alta prioridad a las necesidades del cliente. Se anticipa y brinda soluciones a los clientes internos y externos, en una forma útil, cordial y honesta.				
SUBTOTAL		0	0	0
TOTAL				0
FIRMA EVALUADOR		FIRMA DEL EVALUADO		

Apéndice F. Clasificación de los factores de riesgo

<p>RIESGOS FISICOS:</p> <ul style="list-style-type: none">  Ruido  Temperaturas Extremas  Iluminación 	<p>RIESGOS NATURALES:</p> <ul style="list-style-type: none">  Tormentas eléctricas  Huracanes  Terremotos  Deslizamientos
<p>RIESGOS BIOLÓGICOS:</p> <ul style="list-style-type: none">  Bacterias y parásitos 	<p>RIESGOS MECANICOS:</p> <ul style="list-style-type: none">  Máquinas  Equipos  Herramientas
<p>RIESGOS ERGONOMICOS:</p> <ul style="list-style-type: none">  Posiciones Forzadas  Sobre esfuerzos  Fatiga  Ubicación inadecuada del puesto de trabajo 	<p>RIESGOS PSICOSOCIALES:</p> <ul style="list-style-type: none">  Exceso de responsabilidades  Trabajo bajo presión  Monotonía y rutina  Problemas familiares  Problemas laborales  Movimientos repetitivos  Turnos de trabajo
<p>RIESGOS LOCATIVOS:</p> <ul style="list-style-type: none">  Pisos  Techos  Almacenamiento  Orden y limpieza 	<p>RIESGOS ELECTRICOS:</p> <ul style="list-style-type: none">  Puestas a tierra  Instalaciones en mal estado  Instalaciones recargadas
<p>CONVENCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none">  Riesgo Alto  Riesgo Medio  Riesgo Bajo 	

Apéndice G. Gastos de constitución

 Cámara de Comercio de Ocaña NIT. 890.506.160-2		PRO-FORMA
OCAÑA, <u>1-3 NOV 2015</u>	ACTIVO BRUTO \$ <u>6000000</u>	
NOMBRE PERSONA NATURAL Y/O JURÍDICA <u>Nelson Caballero</u>	NÚMERO DE AÑOS A RENOVAR _____	
No. MATRÍCULA PERSONA NATURAL Y/O JURÍDICA _____	CÓDIGO DE LA CÁMARA A LA QUE PERTENECE _____	
No. MATRÍCULA ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO _____	_____	
CONCEPTO	VALOR \$	
REGISTRO MERCANTIL		
DERECHO MATRÍCULA O RENOVACIÓN PERSONA NATURAL Y/O JURÍDICA	<u>95.000</u>	
ESTAMPILLA PRO EMPRESA SOCIAL DEL ESTADO		
DERECHOS DE RENOVACIÓN AFILIACIÓN		
DERECHO MATRÍCULA O RENOVACIÓN ESTABLECIMIENTO	<u>72000</u>	
FORMULARIOS	<u>4500</u>	
CERTIFICADOS		
DERECHO DE INSCRIPCIÓN ACTOS Y DOCUMENTOS		
OTROS		
REGISTRO PROPONENTES		
DERECHO INSCRIPCIÓN, RENOVACIÓN		
DERECHO DE ACTUALIZACIÓN		
CERTIFICADOS		
ESTAMPILLAS		
OTROS		
REGISTRO ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO (E.S.A.L.)		
DERECHO DE INSCRIPCIÓN Y DOCUMENTOS		
CERTIFICADOS		
ESTAMPILLA PRO EMPRESA SOCIAL DEL ESTADO		
OTROS		
REGISTRO NACIONAL DE TURISMO		
DERECHO INSCRIPCIÓN		
ACTUALIZACIÓN		
OTROS		
TOTAL A CANCELAR		\$ <u>171500</u>
RESPONSABLE DE LA LIQUIDACIÓN _____	AUTORIZADO _____	