



Plan de Negocios para la Creación de un Centro de Acoplamiento “Café y Cultura” en la
Ciudad de Tunja

Diana Catalina Archila Peñalosa

Manuela Fernanda Forero Mejía

Nota del Autor

Diana Catalina Archila Peñalosa y Manuela Fernanda Forero Mejía. Estudiantes de la Universidad Santo Tomás, División de Ciencias Administrativas y Contables Administración de Empresas, Tunja, 2014

Trabajo de grado como requisito para optar el título de Administrador de Empresas.

Director: Dr. Norbey Arturo Moreno Duran, Docente Facultad de Administración de Empresas

Nota de Aceptación

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Tunja, 8 de Mayo de 2014

Este trabajo quiero dedicarlo a mis padres por su apoyo y brindarme la oportunidad de estudiar; a mi hermano, por su apoyo incondicional.

De igual manera agradezco a la universidad Santo Tomas por brindarnos las herramientas necesarias para cumplir nuestros objetivos,

Agradezco a la doctora María Inés y nuestro director de tesis Norbey, y demás profesores de que alguna manera nos brindaron sus conocimientos para lograr la culminación de nuestro trabajo.

De la misma manera quiero agradecer a mi compañera de tesis, Manuela por formar armonía en nuestro equipo de trabajo y a su familia ya que fueron de apoyo indispensable, para la culminación de este trabajo, y demás personas que de alguna manera colaboraron para la terminación de este.

Catalina Archila

Agradezco a Dios por guiarme y darme sabiduría para culminar con esta maravillosa etapa de mi vida,

Quiero dedicar este trabajo a mis padres por su valiosa compañía, apoyo y constante orientación en mi proyecto de vida.

A mi hermano y familia por su respaldo y apoyo.

De igual manera quiero agradecer nuestro director de tesis Norbey Moreno, a la decana María Inés Álvarez por su paciencia, por aportar con sus conocimientos y experiencia para la culminación de este trabajo.

A mis amigos porque con ellos viví esta etapa de mi vida como una de las mejores experiencias, igualmente a mi compañera de tesis Diana Catalina por su comprensión perseverancia y trabajo para hacer de este trabajo una realidad.

Manuela Fernanda Forero Mejía

Resumen Ejecutivo

En Colombia debido a la situación económica que vivimos hoy en día, es indispensable que los profesionales enfoquen todos sus esfuerzos hacia la generación de empleo, con el propósito de contribuir no solo al mejoramiento de su calidad de vida, sino al de toda una comunidad, durante el desarrollo de este trabajo se podrán observar todos los requerimientos utilizados para la apertura de un café cultural además; explica la necesidad de estos espacios culturales como una forma de alejar a los jóvenes de los problemas que presenta la sociedad tales como alcoholismo y drogadicción.

Este proyecto de grado tiene como fin la creación de un centro de acoplamiento cultural en la ciudad de Tunja, que actué con el fin de ofrecer a la comunidad un espacio de sano esparcimiento en conjunto de manifestaciones artísticas que propicien el conocimiento cultural.

Objetivo General

Desarrollar un plan de negocios para la creación de un Café cultural en la ciudad de Tunja que actué con el fin de ofrecer a la comunidad un espacio de sano esparcimiento en conjunto de manifestaciones artísticas que propicien el conocimiento cultural.

Misión

Ser reconocidos como el mejor lugar en la ciudad de Tunja de esparcimiento cultural, como gestores y promotores de manifestaciones artísticas mientras los clientes disfrutan de las más deliciosas bebidas de café.

Capítulo de Análisis del Mercado

Los resultados arrojados fueron positivos, esto quiere decir que la población de la ciudad de Tunja utilizan y les gustaría utilizar el servicio de Café-bar, acompañado de manifestaciones culturales que propicien distracción, además les gustaría que los servicios se

promocionaran por medio de emisoras, periódicos e internet. La población objetivo serán los estudiantes de 18 a 35 años de edad.

Aspectos Técnicos y Operativos

Se determinó que la empresa estará ubicada en el barrio Maldonado; los implementos y maquinaria que se utilizaran en la realización de las labores cotidianas, además políticas de gestión de calidad y descripción de cada uno de los procesos y actividades a ejecutar.

Estructura

El centro de acoplamiento cultural “Cubara” adoptara una estructura organizacional tipo funcional, planeación corporativa contiene misión, visión, objetivos, valores, estrategias, perfil de los cargos y sus funciones. Dentro de la parte legal se estableció que la empresa será S.A.S (sociedad por acciones simplificada), donde cada socio dará un aporte social de \$12.000.000 de pesos para cubrir el total de gastos de inversión inicial.

Dentro del análisis financiero se determinó que en una proyección de 5 años, la empresa deriva una TIR de 171%., un VPN de \$279.608.329 una tasa mínima de rendimiento del 18%; y un periodo de recuperación de 0.17% lo cual permite asegurar la viabilidad de la creación del Centro de acoplamiento cultural “CUBARA” en la ciudad de Tunja.

Contenido

	P.
Capítulo de Análisis del Mercado	5
Introducción	18
Titulo	19
Descripción de la Situación Actual	19
Descripción del Problema	19
Análisis de Causas y Efectos	20
Fuente. Autores	21
La Población Afectada	21
Zona ò Área de Influencia	22
Características Geográficas de la Región	22
Características Económicas, Sociales, Demográficas, de la Zona o Área de Influencia	23
Caracterización socio-económica de Tunja y de la región central.	23
Descripción General del Proyecto	24
Nombre del Proyecto	24
Objetivos	25
Objetivo General.	25
Agentes promotores, formuladores y responsables de la ejecución	26
Descripción general de la alternativa seleccionada	26

Justificación del Proyecto	26
Población Objetivo	28
Zona Beneficiada	28
Tipo de Proyecto	29
Resultados Esperados	29
Antecedentes	29
Estudio de Mercado	33
Marco Teórico y Conceptual	33
Metodología	34
Objetivos de la investigación de mercados	35
Objetivo general	35
Descripción de Producto y Servicio	35
Servicios	36
Bebidas a Base de Café	36
Calientes Especiales	38
Bebidas Especiales de Café Frías	38
Bebidas a Base de Té, Hierbas Aromáticas y Frutas	38
Hierbas Aromáticas e infusiones frutales	39
Bebidas Alcohólicas y Fermentadas	40
Análisis de la Demanda	40

Objetivo de Demanda	40
Análisis general de la encuesta	49
Determinación de la Demanda	50
Características Teóricas de la Demanda	52
Estimación de la Demanda Futura	55
Análisis de la Oferta	55
Objetivo de la Oferta	55
Metodología de la Oferta	55
Proveedores del Bien o Servicio, Análisis de Competencia	56
Régimen del Mercado	57
Régimen y Características del Mercado de los Insumos	58
Análisis de Sector	58
Características de la oferta	59
Estudio Técnico	62
Aspectos técnicos	62
Marco teórico y conceptual	62
Metodología utilizada para la formulación de los aspectos técnicos	62
Tamaño del proyecto: volúmenes de producción y comercialización del bien o servicio proyectados	62
Análisis de los factores condicionantes del tamaño del proyecto	63

Localización; Macro localización y Micro localización, Matriz de Planta Física	65
Macro Localización	66
Micro localización	67
Ingeniería del Proyecto	68
Descripción técnica del producto	68
Identificación y Selección de Procesos	68
Análisis de normas ISO aplicadas a los procesos	75
Análisis Ambiental	77
Marco teórico	77
Organización y Aspectos Administrativos	78
Marco teórico y conceptual de los aspectos administrativos y organizacionales	78
Metodología utilizada para la formulación de los aspectos administrativos y organizacionales	79
Estructura orgánica y funciones a nivel de áreas	79
Área administrativa	80
Área de Producción y Servicio al Cliente	80
Área de Gestión Cultural	80
Función de planeación corporativa	83
Objetivos	83

Función de recursos humanos: sistemas de reclutamiento, remuneración, desarrollo, bienestar social, y relaciones laborales.	85
Selección, contratación y pago de nomina	85
Proceso de selección	85
Contratación	85
Tipo de contrato manejado	85
Capacitación del personal	86
Política de salud ocupacional	86
Evaluación de desempeño	87
Función de mercadeo: el plan de mercados, sistemas de divulgación y promoción del bien o servicio, sistema de ventas	88
Función de servicios administrativos: seguridad y mantenimiento de instalaciones	88
Función financiera: sistemas de contabilidad y presupuestos, políticas de financiamiento e inversiones	88
Pautas para garantizar la sostenibilidad del proyecto una vez entre en operación.	89
Marco Legal del Proyecto	89
Definición del tipo de organización	89
Preparación de estatutos, minutas de escrituras de constitución	90
Requisitos y trámites de formalización de la empresa	106
Trámites y permisos de funcionamiento: patentes, licencias y otros.	107

Metodología del estudio financiero	108
Presupuesto de inversiones: inversiones fijas, capital de trabajo, fuentes de financiamiento	108
Costos de producción: costos de fabricación, gastos administrativos, otros gastos indirectos.	109
Ingresos y flujo de producción.	110
Balance de inicio del proyecto.	111
Flujo de fondos del proyecto: flujo neto de caja, flujo de financiación, flujo con y sin financiación, flujo incremental.	111
Conclusiones	115
Recomendaciones	115
Anexos	118

Lista de Figuras

	P.
Figura 1. El Árbol de Medios Fines	21
Figura 2. Participación de los sectores según las unidades económicas	24
Figura 3. Genero	42
Figura 4. ¿Le gustaría que en la ciudad de Tunja, existiera un espacio donde la cultura y el café se unieran?	43
Figura 5. ¿Conoce usted la existencia de un café cultural en la ciudad de Tunja?	43
Figura 6. ¿Participaría en las distintas actividades culturales que se desarrollen en un café cultural?	44
Figura 7. ¿De qué manera participaría en las diferentes actividades culturales?	44
Figura 8. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir por el servicio dentro de un café-bar donde se realicen actividades culturales?	45
Figura 9. ¿Cuándo usted sale a un café-bar que le es más conveniente?	45
Figura 10. ¿Qué es lo más importante para usted dentro de un café-bar?	46
Figura 11. ¿Qué le gustaría encontrar en un café cultural?	47
Figura 12. ¿Qué actividades le gustaría encontrar en el café cultural?	47
Figura 13. Escoja de las siguientes actividades culturales cual es la más importante para usted.	48

Figura 14. ¿Con que frecuencia a la semana visita usted un café-bar?	48
Figura 15. ¿Para usted en qué lugar le gustaría que este ubicado el café cultural?	49
Figura 17. Grafica de demanda del servicio	53
Figura 18. Grafica Función de ingreso.	54
Figura 19. Grafica Oferta del servicio	60
Figura 20. Proceso de localización.	65
Figura 22. Flujograma de elaboración de bebidas.	69
Figura 24. Plano bar	77
Figura 25. Sistema de gestión medioambiental.	78
Figura 26. Organigrama.	79
Figura 27. Logo empresa.	84

Lista de Tablas

	P.
Tabla 1. <i>Proyección de población estudiantil en Tunja.</i>	28
Tabla 2. <i>Proyección poblacional de Tunja.</i>	50
Tabla 3. <i>Proyección de la población de Tunja entre los 18 a 35 años.</i>	51
Tabla 4. <i>Proyección estudiantil de Tunja.</i>	51
Tabla 5. <i>Ingresos y gastos de Tunja.</i>	53
Tabla 7. <i>Demanda futura.</i>	55
Tabla 8. <i>Proyección de la oferta.</i>	60
Tabla 9. <i>Demanda Vs Oferta.</i>	61
Tabla 10. <i>Función de precios.</i>	61
Tabla 11. <i>Disponibilidad de insumos públicos.</i>	63
Tabla 12. <i>Disponibilidad de servicios públicos</i>	64
Tabla 13. <i>Descripción de insumos</i>	76
Tabla 14. <i>Planta de cargos requerida.</i>	81
Tabla 15. <i>Descripción de funciones y perfiles a nivel de cargo.</i>	82
Tabla 16. <i>Nomina Contable.</i>	88
Tabla 17. <i>Inversiones Fijas.</i>	108
Tabla 18. <i>Gastos anuales de administración.</i>	109
Tabla 19. <i>Capital de trabajo.</i>	109

Tabla 20. <i>Costos anuales de fabricación.</i>	109
Tabla 21. <i>Gastos Anuales de administración.</i>	110
Tabla 22. <i>Otros Gastos Indirectos.</i>	110
Tabla 23. <i>Ingresos y flujo de producción.</i>	110
Tabla 24. <i>Balance de Inicio.</i>	111
Tabla 25. <i>Flujo de fondos del proyecto.</i>	112
Tabla 26. <i>Cálculos de indicadores.</i>	113

Lista de Anexos

	P.
Anexo 1 Encuesta Centro de Encuentro Cultural	119
Anexo 2. Encuesta por internet	122
Anexo 3. Registro único tributario	123
Anexo 4. Cámara de comercio	124
Anexo 5. Logo	126

Introducción

En Colombia debido a la situación económica que vivimos hoy en día, es indispensable que los profesionales enfoquen todos sus esfuerzos hacia la generación de empleo, con el propósito de contribuir no solo al mejoramiento de su calidad de vida, sino al de toda una comunidad, durante el desarrollo de este trabajo se podrán observar todo los requerimientos utilizados para la apertura de un café cultural además; explica la necesidad de estos espacios culturales como una forma de alejar a los jóvenes de los problemas que presenta la sociedad tales como alcoholismo y drogadicción.

En Tunja se hace necesario abrir un café cultural ya que hay muchos artistas pero pocos son los espacios que tienen para dar a conocer su arte, observado como un estilo de vida brinda estabilidad emocional y espiritual en el ser humano, da la oportunidad de encontrarse consigo mismo, facilitando la relación con las persona, permitiendo un mejor ambiente social, las personas que al arte se dedican demuestran viven una vida más tranquila, saludable y son mejores analistas para la toma de decisiones.

Con la apertura del café cultural se quiere abrir la mente de las personas, cambiar la forma de pensar de estas, frente al arte y a los artistas.

Título

Plan de Negocios para la Creación de un Centro de Acoplamiento “Café y Cultura” en la Ciudad de Tunja.

Descripción de la Situación Actual

Descripción del Problema

La ciudad de Tunja en los últimos años ha presentado un crecimiento urbano y demográfico que nos permite a nosotros como ciudadanos enfrentar una serie de cambios que abarcan la parte social y cultural de nuestra región. Todo esto atrae un conjunto de ideas innovadoras que hacen que adoptemos un estilo de vida más apropiado con la globalización, partiendo de aquellas en las que se ve comprometido el pensamiento y las necesidades que hoy en día son requeridas por jóvenes, niños y adultos.

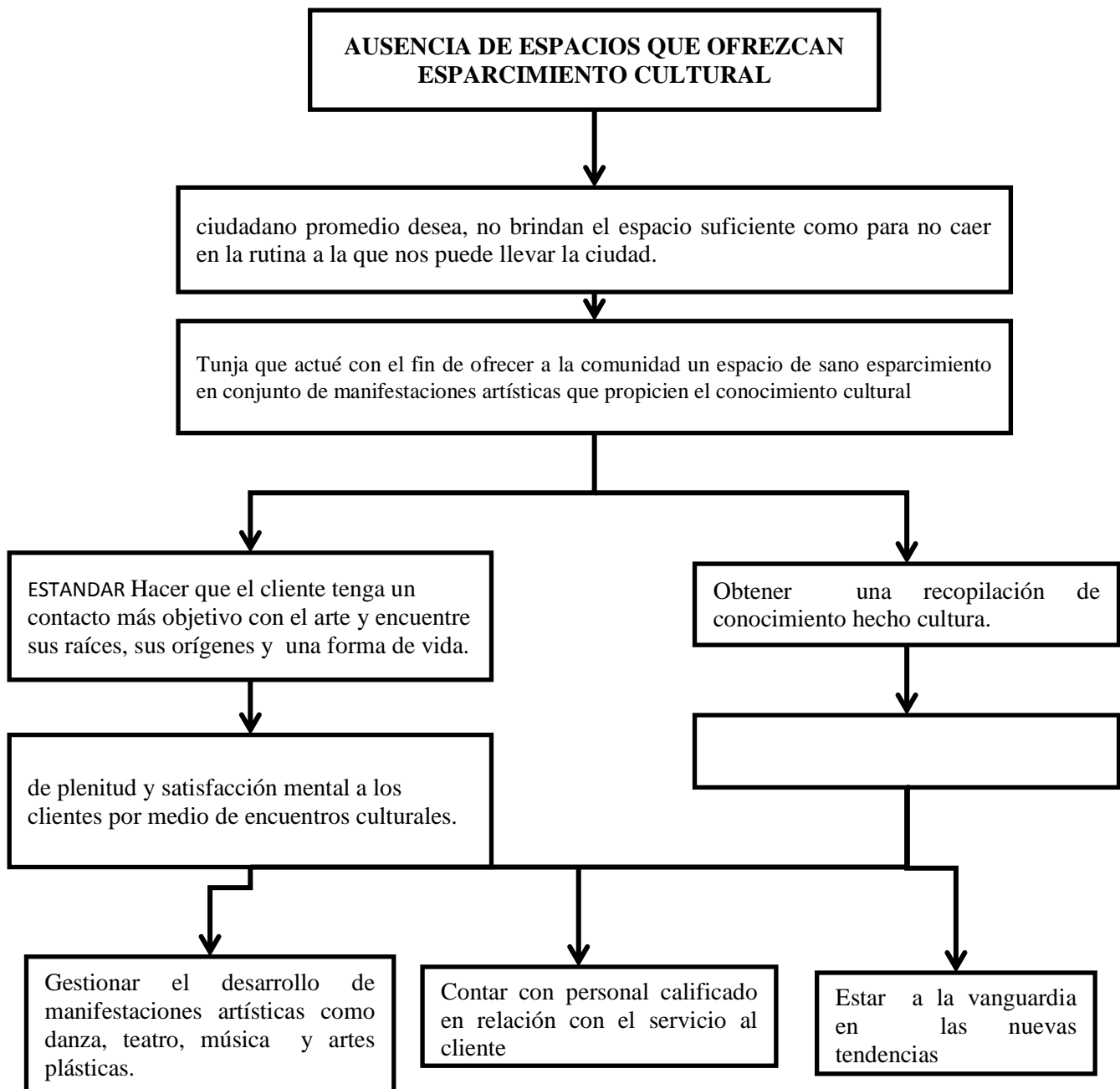
Como ya sabemos Tunja es considerada una ciudad universitaria ya que es un punto de integración y opción de vida para los jóvenes o adultos que apenas entran en el mundo universitario, pues esta ofrece un estilo de vida tranquilo y poco costoso, por esta razón es necesario ir a la par con el crecimiento que la ciudad presenta creando nuevas ideas que aporten al desarrollo cultural y social de la misma.

Si no se ofrecen diferentes alternativas de distracción o formas de emplear el tiempo haciendo algo relativamente útil, muchos de los jóvenes y adultos terminan gastando su tiempo libre en las drogas y el alcohol, logrando un estancamiento de su desarrollo personal y social o simplemente no encuentran esos escapes aumentando sus niveles de estrés, produciendo enfermedades que no permiten el desarrollo de una vida sana.

Análisis de Causas y Efectos

Al hacer un análisis de los diferentes espacios de entretenimiento y relajación que tiene Tunja, nos damos cuenta que no son suficientes, ni cumplen con las expectativas que un ciudadano promedio desea, no brindan el espacio suficiente como para no caer en la rutina a la que nos puede llevar la ciudad. Partiendo de esto se desea retomar un poco de conciencia urbana, social y humanista a partir de la creación de un café cultural que ofrezca distintas actividades proporcionales a los gustos y demanda de la sociedad, generando un ambiente de plenitud y satisfacción mental a los clientes por medio de encuentros culturales de artistas regionales dedicados a la poesía, música, fotografía, teatro, danzas y artes plásticas, permitiendo que el cliente tenga un contacto más objetivo con el arte y encuentre sus raíces, sus orígenes, una forma de vida; desde los productos que elaboramos hasta el servicio que se presta con el fin de que se obtenga una recopilación de conocimiento hecho cultura.

Figura 1. El Árbol de Medios Fines



Fuente. Autores

La Población Afectada

Estará enfocado principalmente a jóvenes estudiantes universitarios entre las edades de 18 a 35 años, que no tiene alternativas para de ocupar su tiempo libre, en lo que termina en

consumo de drogas y alcohol, logrando un malestar en los jóvenes además de disminuir el tiempo que pueden utilizar en obtención de su conocimiento.

El café cultural será un lugar que brinde un cambio a la rutina, a las diferentes formas de vivir y percibir el arte, será una unión de culturas para todo tipo de edades; será la manera de ofrecer a la comunidad momentos de alegría y risas solo con pequeñas cosas, logrando así dar un giro a las costumbres, por momentos importantes y necesarios que hacen la diferencia en nuestra vida.

Zona ò Área de Influencia

La zona de influencia donde se desarrollara el plan de negocios es la ciudad de Tunja en el departamento de Boyacá, buscando incentivar la utilización del buen tiempo en los jóvenes, partiendo de espacios con manifestaciones culturales que permitan la relación de la cultura con el desenvolvimiento de acciones que propicien una vida estable sana y saludable en los participantes.

Características Geográficas de la Región

Tunja está a 125 kilómetros de Bogotá, recorriendo el altiplano y su bello paisaje, por la carretera que próximamente será de doble calzada, en un trayecto de un poco menos de dos horas de viaje. Tunja es la capital más alta de Colombia y por lo tanto una de la más frías. Su altura sobre el nivel del mar es de 2.775 metros. Su altura máxima es de 3.200 metros en límites con Cucaita y su altura mínima es de 2.400 metros sobre el nivel del mar, en límites con el municipio de Boyacá. La extensión territorial de Tunja es de 118 kilómetros cuadrados, de los cuales el 87% corresponde al área rural y el 13% al área urbana. Ubicada sobre la cordillera oriental, en una pequeña meseta rodeada por colinas en el occidente y el oriente, pero desprotegida por el sur y por el norte lo que permite que los vientos que la recorren la

hagan más fría. “Caracterización socio-económica de Tunja”

La ubicación de la ciudad de Tunja es muy favorable para el desarrollo del proyecto ya que se encuentra a muy pocos kilómetros de distancia de municipios tales como Duitama y Sogamoso.

Características Económicas, Sociales, Demográficas, de la Zona o Área de Influencia.

Características demográficas. Tunja se ubica en las ciudades de tercer orden (población entre 100 mil y 500 mil habitantes), con un estimado actual de 177.971 habitantes. A su vez, se localiza en el área de influencia de Bogotá, dadas las relaciones económicas, sociales y demográficas que se han establecido, favorecidas por la cercanía entre estas dos ciudades (120 km). Según los datos presentados se puede afirmar que Tunja ha experimentado en los últimos años un aumento constante de su población. Con referencia al crecimiento demográfico de la ciudad, entre los años 1985 y 2005 se registró una tasa promedio de crecimiento de 0,13%. Se espera que para el año 2020 esta cifra se reduzca a 0,09%, hecho que estaría relacionado con indicadores como la natalidad y la migración. Los datos disponibles para el año 2011 indican que la ciudad registra una tasa de crecimiento natural del orden de 2.3%, levemente superior a la registrada en Colombia (1.16%) y en el departamento (0,91%). La tasa de natalidad se ubica en un 32,8%, mientras que la de mortalidad es de 8,9%.

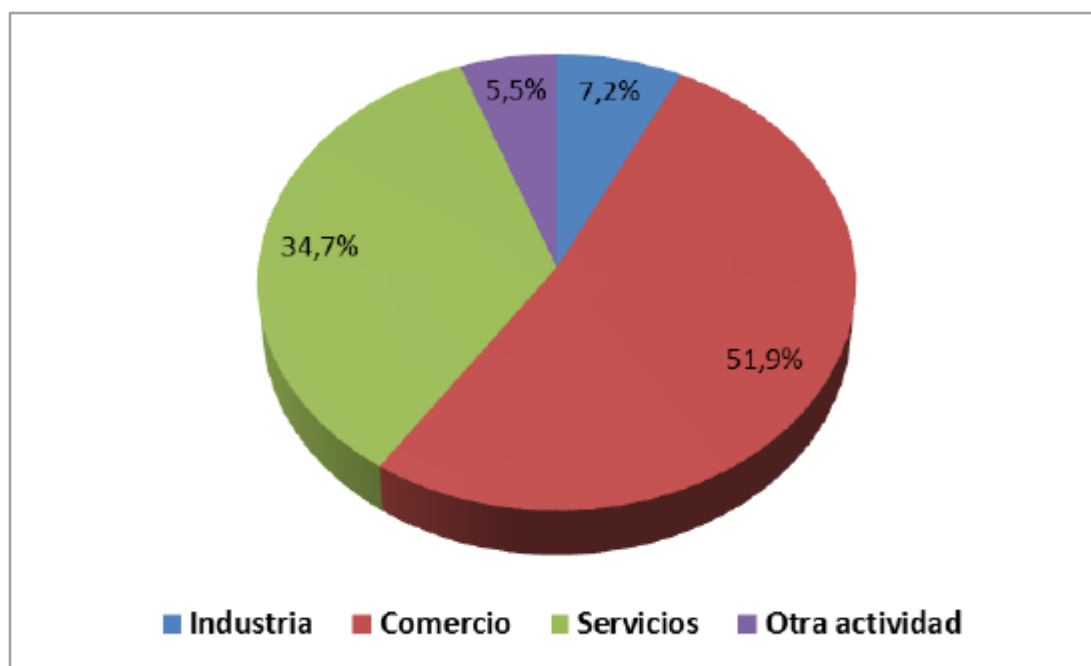
Caracterización socio-económica de Tunja y de la región central.

–**Características Socio- Económicas.** Según estudios realizados por la alcaldía mayor de Tunja se encuentra que el mayor crecimiento económico de la ciudad es en las actividades económicas del sector terciario.

“En referencia a la participación poblacional en las actividades o sectores económicos descritos, la Figura 2 señala la fuerza que a nivel general tiene el comercio, ocupando al

menos a una de cada cuatro de las personas. En general el comportamiento del empleo es aproximadamente igual en las ciudades y regiones de comparación, a no ser en el sector de la industria y en las actividades de educación, en las que se presenta un cambio sustancial frente a las zonas de referencia.” (Caracterización socio-económica de Tunja)

Figura 2. Participación de los sectores según las unidades económicas.



Fuente. Caracterización socio-económica de Tunja y de la región central pág. 30.

Descripción General del Proyecto

Nombre del Proyecto

Plan de Negocios para la Creación de un Centro de Acoplamiento “Café y Cultura” en la Ciudad de Tunja.

Objetivos

Objetivo General. Desarrollar un plan de negocios para la creación de un Café cultural en la ciudad de Tunja que actué con el fin de ofrecer a la comunidad un espacio de sano esparcimiento en conjunto de manifestaciones artísticas que propicien el conocimiento cultural.

Objetivos Específicos.

- Realizar un estudio de mercadeo por medio de un análisis de datos que permita identificar las diferentes condiciones culturales, económicas y sociales para definir los diferentes hábitos, comportamientos, gustos, frecuencias y preferencias de la población, en materia de consumo y espectáculos artísticos para determinar pronósticos en cuanto al entorno del mercado.
- Encontrar la necesidad de la ciudad de Tunja por parte de artistas y espectadores, por medio de análisis de información, con el fin suplir al máximo la necesidad.
- Ejecutar un estudio técnico del café cultural en la ciudad de Tunja especificando la localización apropiada del lugar, el tamaño y la utilización de los recursos humanos, tecnológicos y financieros que se utilizan en el proyecto.
- Identificar metas, tareas, la razón social, objetivos por medio de lo que se quiere mostrar y dar la ciudad de Tunja con el fin de dar a conocer el servicio satisfactoriamente
- Analizar el marco legal que influencia la creación del Café Cultural en la ciudad de Tunja en sus diferentes nomenclaturas tales como los decretos o disposiciones legales (leyes, acuerdos, resoluciones y reglamentos) los cuales determinan las diferentes situaciones técnicas, financieras e institucionales que afectan la ejecución y desarrollo del proyecto.

- Establecer el marco presupuestal del proyecto analizando las diferentes alternativas de financiación, con el fin de suplir los gastos y costos en los que se incurrirá el desarrollo de actividades comerciales, económicas y sociales del proyecto.

- Identificar los ingresos y egresos del café cultural por medio de cotizaciones y análisis de competidores con el fin de estudiar la factibilidad económica del establecimiento en la ciudad de Tunja.

- Planear un sistema de gestión ambiental estudiando los diferentes factores que influyen en la contaminación ambiental dentro del café, para disminuirlos al máximo.

Agentes promotores, formuladores y responsables de la ejecución

Los responsables y formuladores del proyecto son estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas de la universidad Santo Tomas de Tunja, con la colaboración de los docentes de la misma facultad.

Descripción general de la alternativa seleccionada

El centro de acoplamiento cultural es una idea de negocio que brindara la oportunidad, a los estudiantes de ocupar su tiempo libre en actividades artísticas que le brinden conocimiento, pero sin cambiar la costumbre de tomar una café.

Beneficia los artistas de la ciudad de Tunja que dedican su vida a trabajar en las diferentes manifestaciones artísticas, ya sean artes escénicas o artes plásticas.

Justificación del Proyecto

Hoy en día asistir a una exposición artística es una necesidad emocional o comercial, tal vez las dos, esta es una herencia que con diferentes orígenes, como el religiosa, pedagógico, estético, social o comercial se ha compenetrado cada vez más en nuestras vidas como un espectáculo único en búsqueda de necesidades estéticas para su entorno, transmitir los

pensamientos de un movimiento a través de la obra de arte, ajustándola a su realidad, reconociendo la investigación que el artista ha recopilado, es ya una parte fundamental en la vida del individuo.

El vínculo entre el producto artístico y su contexto histórico da como resultado el conocimiento de la procedencia cultural de los pueblos, enriqueciéndose por medio de la contemplación artística en sus diferentes manifestaciones que han dejado de ser una muestra de deleite para unos pocos privilegiados, dando la oportunidad a todos los individuos presentándose una experiencia de humanización de los espacios compartidos a través de los recursos artísticos y sus relaciones con el contexto social, histórico, político y cultural en que se produce, haciendo énfasis en la creatividad y el análisis de la conducta, como puntos importantes para la base de la convivencia.

Las nuevas propuestas están centradas en determinar los vínculos que se establecen entre el arte y la cotidianidad, esta relación se origina en la búsqueda artística de lo nuevo, que hace que los artistas propongan novedosas y variadas creaciones, con diversas necesidades de escenarios inclusive los compartidos como es el caso de los parques, restaurantes, bares, medios de transporte, etc., para así canalizar muchas de las propuestas artísticas de interés general.

Considerando la forma de vida actual, existe una realidad imposible de desmentir que es la competitividad y globalización de los mercados, la necesidad de mantenerse actualizado en las nuevas tendencias de creación y actualización social nos involucran en ciertos ambientes que no nos permiten disfrutar de espacios que nos brinden tranquilidad, relajación y algo de cultura a nuestras vidas encontrando diferentes maneras de satisfacción mental.

Por medio de este proyecto se quiere demostrar que son necesarios ciertos espacios que les permitan a las personas abrir su mirada a otros puntos de vista y busquen otra manera de escapar del estrés que viven en su trabajo, en sus estudios o que les genera la misma rutina que tiene la ciudad. Además demostrar que el arte, mostrando este como la expresión del conocimiento, hace a las personas despertar una serie de emociones, que les permite encontrar diferentes formas de motivación.

Con la idea de crear un café cultural se busca ofrecer un espacio acogedor, permitiendo a los jóvenes romper con la rutina cotidiana, con las diferentes manifestaciones artísticas, como exposiciones de fotografía, pintura, obras de teatro, cine foros, poesía entre otras, que les sirva como una herramienta de conocimiento cultural, y se conviertan en personas críticas frente a problemáticas actuales. Además que hagan parte de pequeños proyectos artísticos.

Población Objetivo

La población objetivo es la población estudiantil universitaria entre los 18 a 35 años de edad, de la ciudad de Tunja.

Tabla 1.

Proyección de población estudiantil en Tunja.

Año	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Población Estudiantil	21903	22163	22425	22691	22960	23233	23508	23787

Fuente. Dane Proyección de la población

Zona Beneficiada

La zona beneficiada es la ciudad de Tunja principalmente los artistas del municipio, ya que les permite mostrar su arte en los diferentes eventos organizados por el café, ya sea teatro, música, artes plásticas, cine y diferentes propuestas artísticas que se presenten.

Tipo de Proyecto

El proyecto de plan de negocios para la creación de un centro de acoplamiento cultural, es de tipo descriptivo, ya que este se delimita a hechos que llevan a un estudio administrativo, técnico, financiero, de mercados y legal.

Una razón de porque es una investigación descriptiva es porque se elabora una etapa de observación, análisis de datos por medio de encuestas; sin la necesidad de manipular el entorno.

Resultados Esperados

Los resultados esperados es cumplir a cabalidad con los objetivos propuestos en cada una de los estudios, para determinar la factibilidad de un centro de acopio cultural en la ciudad de Tunja.

Antecedentes

“Hoy en día el arte se considera, en todas sus categorías, como parte fundamental de los logros de la humanidad”, y la cultura es fundamental en el desarrollo de los pueblos. (Red Colombia de Teatro).

A través de la historia todos diferentes filósofos, escritores y artistas hablan de la importancia del arte en el ser humano, para formar personas integra que permitan vivir en comunidad, según:

Aristóteles al tratar sobre la música en su política, mantiene que el arte afecta al carácter humano, y por lo tanto al orden social. Puesto que Aristóteles sostenía que la felicidad es el destino de la vida, creía que la principal función del arte es proporcionar satisfacción a los hombres.

Johann Gottlieb Fichte, el arte es individual o social, aunque satisface un importante propósito humano.

Nietzsche estaba de acuerdo con que la vida es trágica, pero esa idea no debería excluir la aceptación de lo trágico con alegre espíritu, pues su realización plena es el arte, el cual se enfrenta con los terrores del universo a los que se puede transformar, generando cualquier experiencia en algo bello, y al hacerlo así transforma las angustias del mundo de tal modo que pueden ser contemplados con el placer.

En la estética tradicional se ha asumido también con alguna frecuencia que las obras de arte son tan útiles como bellas, “los cuadros podían conmemorar eventos históricos o estimular la moral. La música podía inspirar piedad o patriotismo” o en el caso particular del teatro, puede servir para criticar la sociedad y de ese modo ser útil para reformarla. (Alejandro Dumas y el noruego Henri Ibsen, en un periodo complejo de la sociedad)

Henri Bergson plantea, que el arte, sin embargo, se base en instituciones, lo que es una aprehensión directa de la realidad no interferida por el pensamiento. Así, el arte se abre el camino mediante los símbolos y creencias convenciones acerca de la gente, la vida y la sociedad y enfrenta al individuo con la realidad misma.

Benedetto Croce las obras de arte son la expresión en forma material de tales instituciones; belleza y fealdad, no obstante, no son rasgos de las arte sino cualidades del espíritu expresadas por la vía intuitiva en la misma obra de arte.

El marxismo trata el arte como una expresión de las relaciones económicas subyacentes en la sociedad, y mantiene que el arte solo es importante solo cuando es progresista es decir, cuando defiende los valores de la sociedad en la cual se crea. Por su parte Sigmund Freud creía en el valor en el valor del arte para usarlo como forma terapéutica: es por este medio que

tanto el artista como el público pueden revelar conflictos profundos y descargar tensiones. Fantasías y en sueños. Al intervenir en el arte son transformados de este modo desde un escape psicológico hasta planear diversas formas de concebir la vida

Observar la función del arte a través del tiempo, se encuentra que no solo es una necesidad de cada persona, también es una necesidad de una comunidad para demostrar un sentimiento de desahogo para los diferentes conflictos sociales ya sean políticos, laborales, religiosos, inconformismo por la nuevas tendencias, personales o hasta la misma rutina, que se vuelve el diario vivir de las personas. Por eso mismo el arte ya no es cuestión de una exposición en un museo o una obra en un teatro, con un alto precio; a pasar del tiempo se convirtió en una distracción en la que podía participar personas de todo tipo, ya que muchos espacios se fueron convirtiendo, en escenarios para manifestaciones artísticas, como parques, restaurantes, bares, medios de transporte, plazas públicas, dando nuevas formas e instituciones de interacción con el arte.

Café cultural: cuna de los clubes y de las capillas, el café es según León Paul Farguela academia de el señor don fulano, el centro del universo al alcance de todos. (Alianza colombo francesa, 2004).

Los cafés literarios “son lugares privilegiados en los que tanto el político como el director de empresa, el periodista como el conspirador, el escritor como el artista, el poeta como el músico comentan la canción de la ciudad” (Alianza colombo francesa, 2004). Sitio celebre que reúne tertulias que impulsan la actividad intelectual de un país. Allí se estudia la historia, literatura, política, arte, se componen discursos estimulados por premios de honor (Rodríguez, 1991).

Tertulia: Es una reunión que se hace con regularidad para conversar y pensar sobre un tema que interesa a quienes participan en ella. Hay tertulias de toda clase desde las que se dedican a discutir sobre literatura, política, filosofía, arte o ciencia hasta las que se desarrollan en torno a temas particulares (Fundalectura, 2004).

Hace referencia a encuentros informales entre gente de letras en los que se habla sobre arte, literatura y política. Vinculadas normalmente a acontecimientos históricos y artísticos, las tertulias sirven muchas veces como pretexto de conspiración política, como fragua de ideas, como estímulo de proyectos de renovación estética, como centros donde se conforman nuevos movimientos literarios (Rodríguez, 1991).

Cultura: resultado de cultivar los conocimientos humanos e inmateriales de que cada sociedad dispone para relacionarse con el medio y establecer formas de comunicación entre los propios individuos o grupo de individuos (ENCAS, 1999).

El término cultura engloba además modos de vida, ceremonias, arte, invenciones, tecnología, sistemas de valores, derechos fundamentales del ser humano, tradiciones y creencias. A través de la cultura se expresa el hombre, toma conciencia de sí mismo, cuestiona sus realizaciones, busca nuevos significados y crea obras que le trascienden (Enciclopedia Superior, 2000).

Arte: actividad que requiere un aprendizaje y puede limitarse a una simple habilidad técnica o ampliarse hasta el punto de englobar la expresión de una visión particular del mundo. El término arte deriva del latín ars, que significa habilidad y hace referencia a la realización de acciones que requieren una especialización. Es la actividad espiritual por medio de la cual crea al hombre obras con el fin de embellecerlas (Ayuso, 1997).

Sin embargo, en un sentido más amplio, el concepto hace referencia tanto a la habilidad técnica como al talento creativo en un contexto musical, literario, visual o de puesta en escena. El arte procura a la persona o personas que lo practican y a quienes lo observan una experiencia que puede ser de orden estético, emocional, intelectual o bien combinar todas esas cualidades (Enciclopedia Superior, 2000).

Literatura: Conjunto de obras orales y escritas cuya finalidad es la plasmación estética, es decir, que trasciende el criterio de finalidad comunicativa práctica (Reyzábal, 1998). El arte que usa como instrumento la palabra (Ayuso, 1997).

Conjunto de todas las producciones literarias de un pueblo o de una época; el mundo de las letras y de los escritores; el arte de escribir (Ayuso, 1997)

Estudio de Mercado

Marco Teórico y Conceptual

Un estudio de mercado se identifica con la definición de precio a que los consumidores estén dispuestos a comprar y la demanda.

Un estudio de mercado es más que un análisis y determinación de la oferta y la demanda de los precios del proyecto, muchos costos de operación pueden preverse simulando la situación futura y especificando las políticas y procedimientos que se utilizaran como estrategia comercial. Él mismo análisis puede realizarse para explicar la política de distribución del producto final.

Al estudiar un mercado de un proyecto es preciso reconocer todos los agentes que con su actuación tendrán algún grado de influencia sobre las decisiones que se tomaran al definir su estrategia comercial; al analizar el consumidor se debe tener en cuenta los hábitos de consumo las preferencias, las motivaciones para obtener un perfil sobre la cual se pueda basar la

estrategia comercial, el estudio de la demanda pretende cuantificar el volumen de los bienes o servicios que el consumidor podría adquirir de la producción del proyecto, el estudio de la competencia es fundamental para conocer las estrategias que sigue la competencia, observar ventajas y evitar las desventajas y el mercado de los proveedores puede llegar a ser determinante en el éxito o fracaso de un proyecto de ahí la necesidad de estudiar insumos requeridos y cuál es el precio que debería pagarse para garantizar su abastecimiento.

El centro de acoplamiento cultural busca diferenciarse de los demás cafés en la ciudad de Tunja, gracias a aspectos como la calidad en el servicio y la gran variedad de presentaciones y espectáculos que desean introducirse dando así un lugar donde exista la relación entre calidad y precio.

La creación de un centro de acoplamiento surge de la idea de promover e incentivar a la población de Tunja a conocer su cultura y sus manifestaciones en diferentes espacios, brindando así un momento de placer y tranquilidad acompañado de un lugar que se acople a las necesidades Tunjanas. Esto es lo que hace la diferencia frente a los competidores, rompiendo con los esquemas que se vienen manejando en la ciudad de Tunja valiéndose de fuertes atractivos y características de público en general. (Preparación y evaluación de proyectos, cuarta edición)

Metodología

El estudio de mercados para un proyecto es una etapa que nos permite analizar el comportamiento del mercado en cuanto a gustos de los consumidores, el comportamiento del mercado de nuestros competidores, y otros aspectos influyentes en la conformación de nuestra estrategia comercial.

La manera como comenzaremos este estudio de mercado es describiendo nuestro producto y servicio, luego por medio de encuestas se analizarán las costumbres, hábitos y motivaciones de nuestros posibles consumidores; por último terminaremos con el análisis de la capacidad de los clientes para adquirir nuestro producto y servicio.

Objetivos de la investigación de mercados

Objetivo general. Estudiar los comportamientos de los consumidores, la competencia, los canales de distribución y los diferentes proveedores por medio de encuestas y trabajo de campo para definir la estrategia comercial conformada por la gestión cultural y todas las actividades pertinentes al café.

Objetivos específicos

- Estudiar los comportamientos y motivaciones que influyen en toma de decisiones; a su vez la demanda para analizar la capacidad adquisitiva de los consumidores.
- Observar cómo se comporta el mercado con nuestros competidores con el fin de encontrar las ventajas y estar prevenidos en cuanto a las desventajas.
- Definir los diferentes proveedores, sus canales de distribución y la calidad de sus productos y servicios.

Descripción de Producto y Servicio

El centro de acoplamiento cultural se encuentra en el tercer nivel de los sectores económicos, en el cual se encuentra todos los bienes y servicios intangibles que no son productivos pero que contribuyen en la economía nacional.

El centro cultural está dirigido principalmente a estudiantes universitarios, y personas que trabajen o vivan en el sector centro que tengan de costumbre tomar una bebida, les guste o sean amantes del arte en todas sus manifestaciones, como artista o como espectador.

El servicio del centro de acoplamiento cultural ofrece dos tipos de servicios el servicio de café –bar y la promoción de artistas e artes escénicas y en artes plásticas esto con el fin de dar un valor agregado al servicio de café incentivando a la población tunjana a conocer sobre su cultura.

Dentro del servicio de café bar se ofrecen principalmente productos como bebidas a base de café, té, hierbas aromáticas y frutas, licores y una pequeña sección de pasabocas y postres como acompañantes.

Servicios

Teatro: Es una representación por medio de la actuación en la cual se combinan gestos, discursos, escenografía música entre otros; de historias y costumbres, ante un público determinado hace parte de las artes escénicas.

Danza: Hace parte de las artes escénicas, Se utiliza como forma de comunicación donde los bailarines demuestran sentimientos y emociones, formas de interacción social; por medio del movimiento del cuerpo.

Música en vivo: Es una rama de las artes escénicas que logra combinar una serie de sonidos por medios de instrumentos y la voz de algunas personas permiten, representar sentimientos y emociones en los artistas como en los espectadores.

Bebidas a Base de Café

Elcafé es una bebida elaborada de una semilla que sale de la fruta de la planta del cafeto, originada en arabia, que con la llegada de los españoles a américa fueron cultivando las semillas en américa del sur en Colombia y Brasil los cuales son los mayores productores de café en el mundo; el cafeto tiene dos semillas una llamada Robusta la cual se caracteriza por su forma plana, contiene más cafeína, ofrece un sabor más fuerte y duplica la producción

generalmente se produce en Brasil, la segunda semilla del cafeto es la Arábica la cual tiene una forma ovalada, su sabor es de ácido a dulce y balanceado, produce aroma intensa, su producción es más costosa porque es susceptible a enfermedades, y es la semilla que se produce en Colombia.

Su sabor es fuerte tiende hacer amargo o ácido, se dice que reconforta el ánimo de las personas, quita la sed, es una bebida muy apetecida en todo el mundo y es beneficiosa para los enfermedades de la vesícula ya que es diurética, ayuda el estreñimiento y algunas personas lo utilidad

Las bebidas a base de café que se ofrecen durante el servicio de café bar son:

Bebidas calientes.

Café expreso: es una bebida caliente corta, concentrada y aromática intensa, elaborada con 7 gramos de café en 100cm³ de agua, el cual debe ser tipo gourmet en una máquina de expreso con una presión de 9.5 bares y una temperatura entre 88° y 90 ° centígrados.

Café americano: es una bebida caliente elaborada con un expreso y con agua caliente, se puede endulzar con panela, azúcar o miel.

Capuchino:bebida caliente compuesta por un expreso y 150cm³ de leche espumosa a 60° centígrados. Se sirve en pocillos de 250 cm³

Café Latte: es una bebida caliente la cual se elabora con un café expreso y leche caliente a temperatura entre 80° c. Se sirve en pocillos de 250 cm³

Capuchino con Licor: bebida elabora con tres clases de licor puede ser crema de whisky, ron, whisky o brandy el cual se debe espumar, luego se le agrega el expreso y por ultimo leche espumada. Se sirve en pocillos de 250 cm³

Mocachino: se calienta la salsa de chocolate se le agrega un expreso y por ultimo leche espumada. Se sirve en pocillos de 250 cm³.

Calientes Especiales

Café Gelato: café expreso con helado de cualquier sabor preferible de vainilla.

IrishCoffe: se calienta el whiskey se le agrega agua caliente mientras tanto en una coctelera se agrega crema de leche, azúcar y un expreso se mezclan y se sirven sobre el whiskey

Bebidas Especiales de Café Frías

Expreso Correcto: en una copa se vierte hielo y un licor puede ser whiskey, brandy o ron y se le agrega hielo. Para decorar se puede con hojas de hierba buena.

Capuchino helado: se mezcla el expreso con la leche condensada, luego crema de leche, leche y unas gotas de extracto de vainilla y se sirve sobre hielo.

Bebidas a Base de Té, Hierbas Aromáticas y Frutas

Es una infusión de las hojas y brotes de la planta del té *Camelia sinensis*, es una bebida generalmente amarga se encuentra en diferentes partes de las cuales sale el té blanco, té rojo y los más utilizados el té verde y el té negro. Hay personas que argumentan que el té tiene bastantes beneficios para el organismo como estimula las defensas, combate la hipertensión, frena el envejecimiento, tonifica el cuerpo y la mente, previene la gripe y las enfermedades cardiovasculares y protege en contra del cáncer.

El té toma de muchas maneras su puede tomar frío o caliente, el té verde es una infusión clara y de sabor suave, mientras el té negro su color es oscuro parecida al café y tiene un sabor amargo.

Te: infusiones de té verde y té negro calientes puede ser en agua o en leche.

Te frío: se elabora la infusión puede ser de té negro o té verde fuerte, se espera a que se enfríe, y se mantiene en el refrigerador en un recipiente tapado para evitar que el té se oxide, al momento de servir se agrega en la licuadora la infusión un poco de azúcar hielo, algunas gotas de limón o esencias frutales se mezcla se sirve y se decora con rodajas de limón o hojas de hierba buena.

Hierbas Aromáticas e infusiones frutales

Aromática de hierbas: se elabora con agua caliente entre 88° y 90° grados centígrados, se le agrega flores de manzanilla. Hierba buena, flor de Jamaica, limonaria y en algunos caso mora para que de una sabor frutal, se deja reposar por unos segundos mientras toma sabor y se sirve.

Aromáticas de frutas: se elabora dejando cocinar la fruta que se desea en el café se ofrecerá uchuva, piña, fresa y papayuela (puede ser mixta) en un poco de agua y canela para el aroma hasta que llega a un punto de ebullición, y se sirve. Se sirve en pocillos de 250 cm³.

Jugos de fruta: se mezcla en la licuadora de acuerdo al gusto leche o agua, con la fruta que se desea, un poco de azúcar, hielo y sirve.

Además de estos productos ya nombrados se ofrecerá una bebida para niños en caso de que estén con sus padres que son:

Chocolate fantasía: se calienta leche se mezcla con un poco de chocolate en polvo y en el momento de servir se decora con másmelos de colores.

Chocolate frío: se mezcla en una licuadora leche y chocolate en polvo y un poco de hielo.

Bebidas Alcohólicas y Fermentadas

Vinos. El vino es una bebida que sale de la fermentación alcohólica del zumo de la uva, por medio de la acción metabólica de las levaduras, se dice que aporta positivamente a las funciones, cardiacas, musculares y Oseas.

En el centro cultural se ofrece vino blanco y tinto de las diferentes clases Merlot, Cabernet Sauvignon, Malbec, entre otras clases. Además de vino al clima y caliente, además ofreceremos un vino de la casa elaborado con frutas, se sirve al clima.

Cerveza. Es una bebida alcohólica no destilada elaborada con los granos de cebada y varios cereales. Dentro del café se ofrece cerveza roja, rubia y negra, de tipo artesanal.

Análisis de la Demanda

Objetivo de Demanda. Estudiar el comportamiento actual del mercado, en la ciudad de Tunja en el sector del centro y Maldonado, además de realizar proyecciones futuras, para determinar precios y capacidad adquisitiva de nuestros consumidores.

Diseño Metodológico

La demanda se determina con diferentes variables como son proyección de la población, muestras poblacionales, precios de los consumidores, determinación de ingresos y gastos las cuales utilizaremos para determinar la demanda del plan de negocios de un centro cultural.

La forma de recolección utilizada para el proyecto fue analizar el tamaño de la muestra para desarrollar encuestas, visitas a nuestros consumidores y a las instituciones universitarias y consultas en páginas web como la del departamento administrativo nacional de estadística Dane.

Enfoque de la Investigación. Para la determinación de la demanda se va a utilizar el enfoque cuantitativo de investigación, la que permite la recolección de datos numéricos de

tendencias y comportamientos de la población objetivo que se va a estudiar; el tipo de la investigación es descriptivo con un muestro no probabilístico ya que no todas las personas de la ciudad de Tunja tienen la probabilidad de ser encuestados, según esto el tipo de muestro utilizado es de intención o conveniencia, ya que se quiere llegar a una población estudiantil entre los 18 y 35 años de edad.

El instrumento utilizado para la recolección de datos es una encuesta aplicada a la población objetivo, realizada por internet a través de Google Drive Formularios, donde se crea un link para enviar a las personas que se quiere llegar, a través de las diferentes redes sociales; con el fin determinar gustos, necesidades, horarios en los que visitan los cafés y otros aspectos que contribuyan en el estudio.

Tamaño de la muestra. La muestra utilizada fue de tipo cuantitativo, probabilístico donde se obtienen muestras finitas, utilizando como elemento de recolección, una encuesta realizada por internet, por medio del programa de Google Drive formularios,

Para obtener la muestra poblacional se tuvo en cuenta los siguientes aspectos:

N= igual al tamaño de la muestra que 21903 el total de población estudiantil universitaria.

e= que es igual error de estimación del 5%.

S = Desviación estándar del 0.5.

Z = margen de confiabilidad de 95 %

Para encontrar el tamaño de la muestra se despeja la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 S^2}{e^2}$$

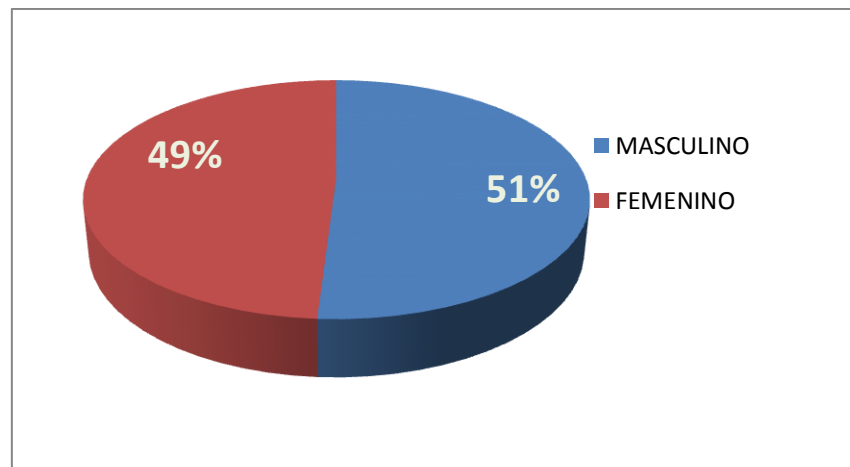
$$n = \frac{21903 * (0.5)^2 * (1.96)^2}{((21903 - 1) * (0.05)^2 + ((0.5)^2 * (1.95)^2))}$$

$$n = 378$$

Lo que concluye con una muestra de 378 personas para realizar la encuesta.

Resultados de la encuesta. La encuesta fue realizada por internet por medio de Google drive formularios a estudiantes universitarios de la ciudad de Tunja, entre los 18 a 35 años de edad. El objetivo de la encuesta es determinar la factibilidad de un centro de acoplamiento, a través de un café cultural, por medio del estudio de gustos, preferencias, productos y servicios que en el café desea encontrar.

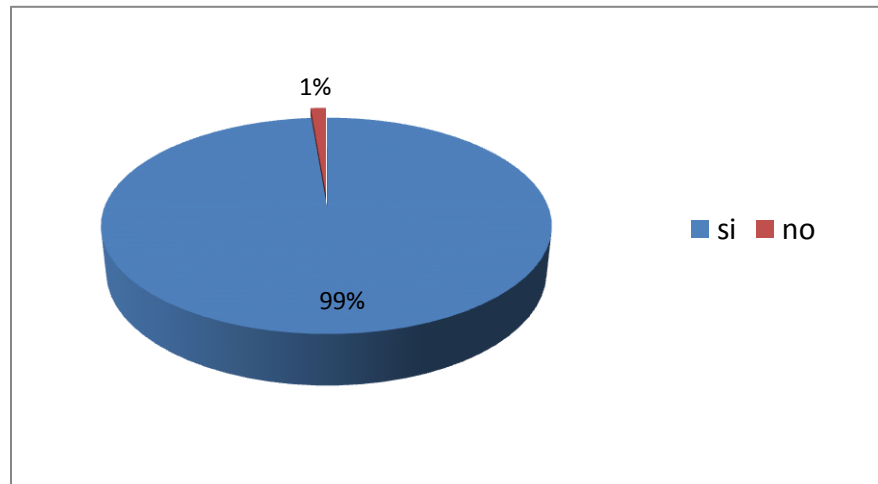
Figura 3. Genero.



Fuente. Autoras.

De las 378 personas encuestadas el 49 % corresponde al sexo femenino y el 51% al sexo masculino lo que indica que la idea de negocio les gusta tanto a hombres como a mujeres.

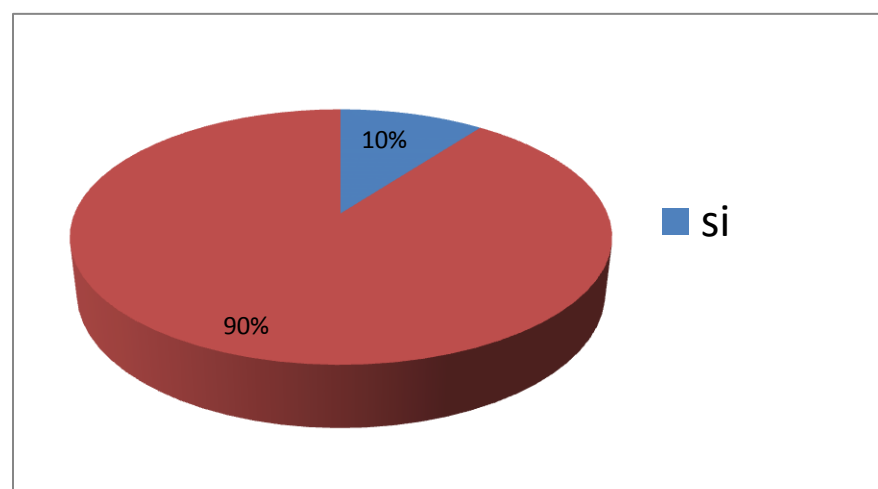
Figura 4. ¿Le gustaría que en la ciudad de Tunja, existiera un espacio donde la cultura y el café se unieran?



Fuente. Autoras.

El fin de esta pregunta era encontrar el porcentaje de personas a las que les gustaría la idea de un centro de acoplamiento cultural lo cual fue un porcentaje de 99% frente al 1%, que les gustaría fue el primer filtro para encontrar ciertas tendencias en la cultura, de la ciudad de Tunja.

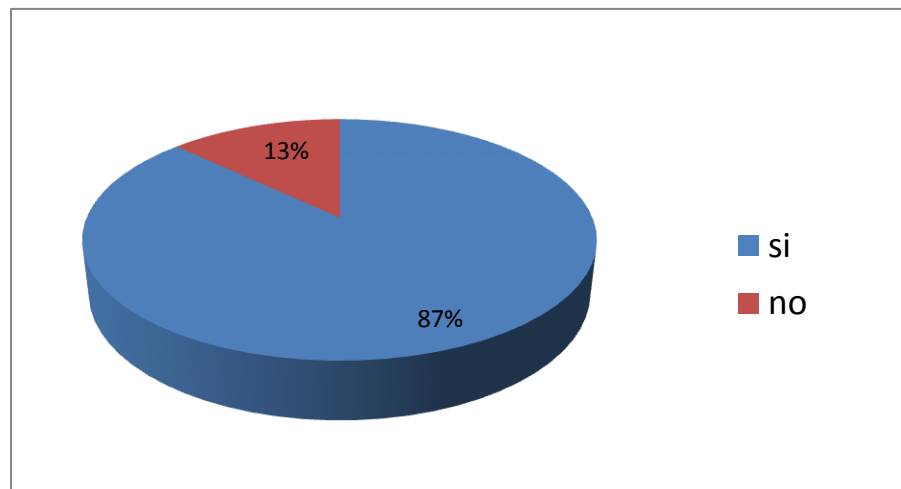
Figura 5. ¿Conoce usted la existencia de un café cultural en la ciudad de Tunja?



Fuente. Autoras.

El 90% de las personas encuestadas no conocen la existencia de un café cultural en la ciudad de Tunja, mientras que un 10% conocen “Clandestino Café-libro” siendo este nuestra competencia directa.

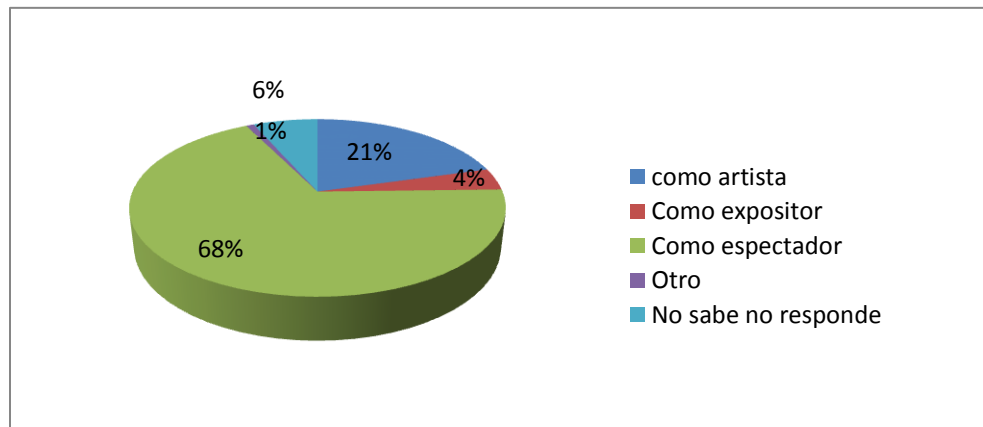
Figura 6. ¿Participaría en las distintas actividades culturales que se desarrollen en un café cultural?



Fuente. Autoras.

El 87% de las personas encuestadas respondieron que si participarían en las diferentes actividades que se desarrollarían en un Café Cultural, mientras que un 13% no lo harían; lo cual nos indica que la idea de negocio es viable.

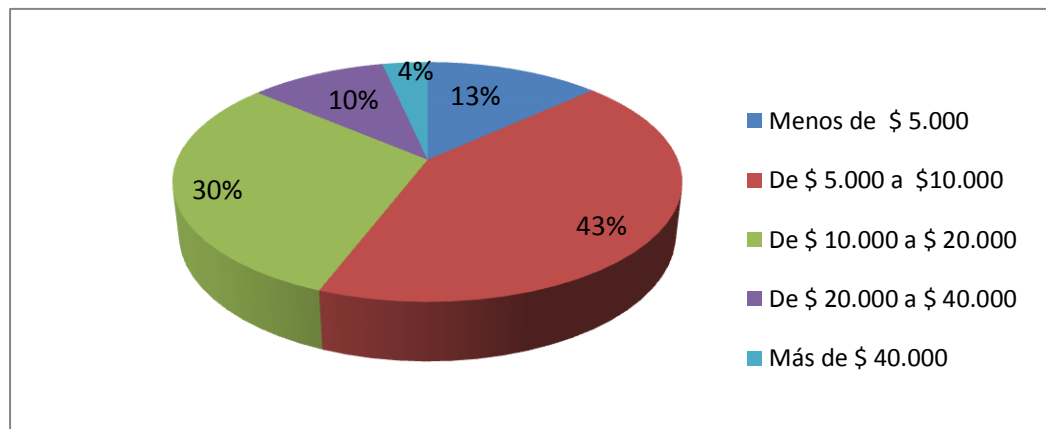
Figura 7. ¿De qué manera participaría en las diferentes actividades culturales?



Fuente. Autoras.

Esta pregunta nos ayuda averiguar cómo le gustaría a la mayoría de personas participar en el café cultural, lo cual arroja que el 68% de la muestra participaría como espectador y un 21% como artista lo que nos indica que tenemos gran cantidad de clientes potenciales y una cantidad apreciativa de posibles artistas a contratar.

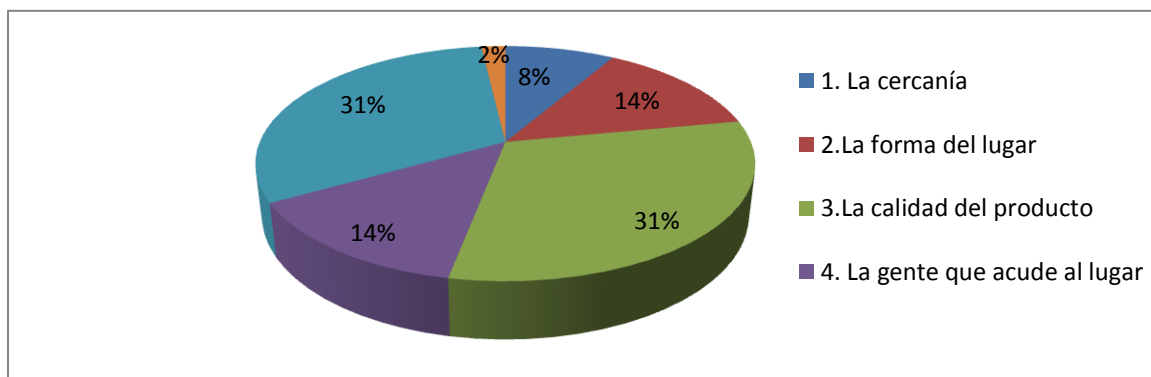
Figura 8. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir por el servicio dentro de un café-bar donde se realicen actividades culturales?



Fuente. Autoras.

El 43% de la población encuestada estaría dispuesto a invertir entre \$5.000 y \$10.000 por el servicio que se ofrecería en el centro cultural, esto nos indica un buen resultado ya que se puede determinar que las personas estarían dispuestas a pagar una suma considerable por un servicio y producto de buena calidad.

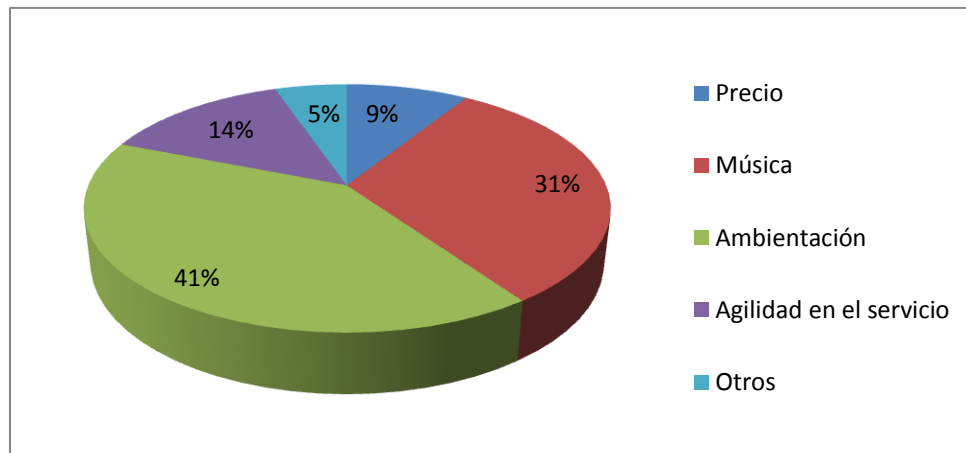
Figura9. ¿Cuándo usted sale a un café-bar que le es más conveniente?



Fuente. Autoras.

El 31% de las personas encuestadas indican que lo más conveniente a la hora de asistir a un café-bar es la calidad del producto, resultado positivo para el análisis de mercado ya que nuestra estrategia se enfoca básicamente en este campo y las actividades que se realicen en el lugar.

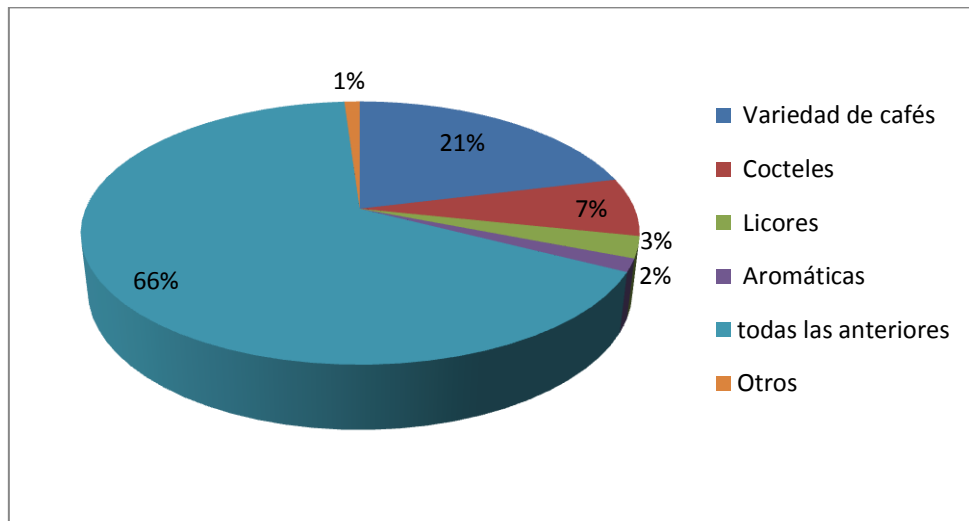
Figura 10. ¿Qué es lo más importante para usted dentro de un café-bar?



Fuente. Autoras.

Es importante conocer el tipo de servicio que los clientes esperan encontrar en un café-bar, con el fin de atender sus necesidades y expectativas. El 41% de la población encuestada considera que lo más importante en este tipo de establecimientos es la ambientación y la música con un 31%, por lo tanto se puede concluir que lo más trascendental para el consumidor se encuentra en el diseño del establecimiento.

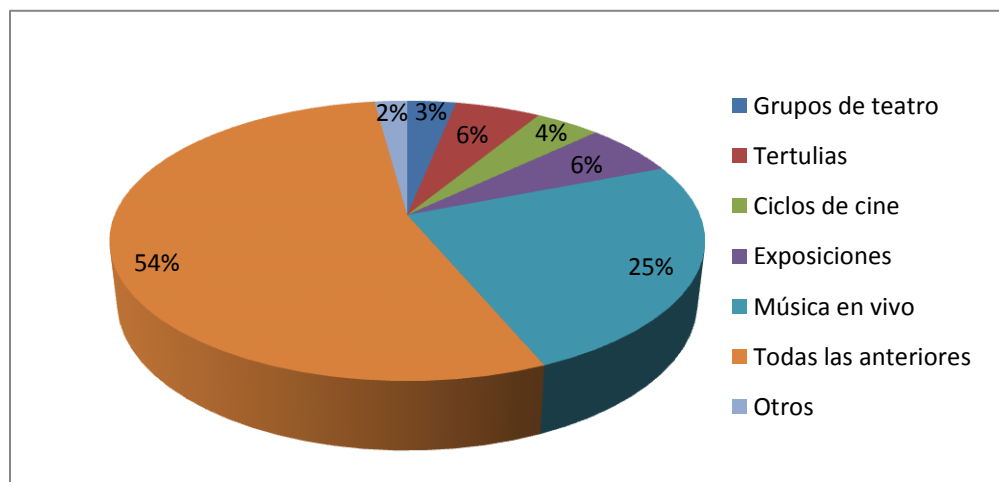
Figura 11. ¿Qué le gustaría encontrar en un café cultural?



Fuente. Autoras.

Con un 66% de la población encuestada obtenemos un resultado en el que podemos deducir que una gran variedad de productos es un plus para la propuesta realizada.

Figura 12. ¿Qué actividades le gustaría encontrar en el café cultural?

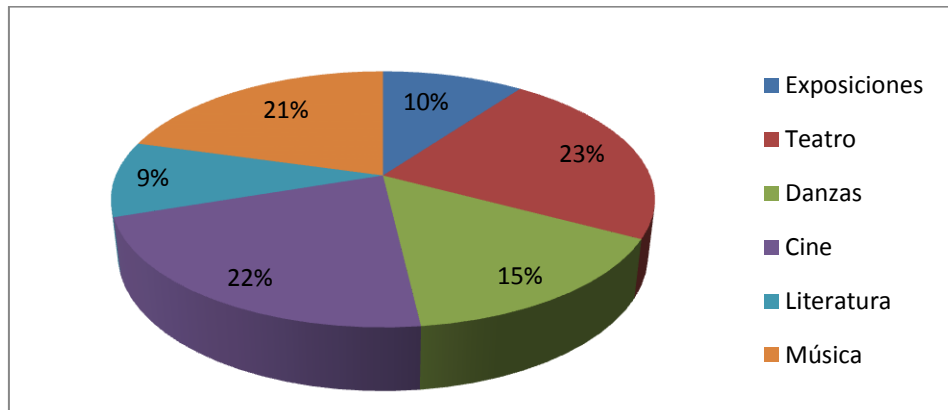


Fuente. Autoras.

El 54% de los encuestados seleccionaron la opción de todas las anteriores; como centro de acopio cultural se presentaran todas las manifestaciones artísticas anteriormente descritas,

teniendo en cuenta que el 25% de los encuestados selecciono la opción de música en vivo, la cual se implementara con mayor frecuencia.

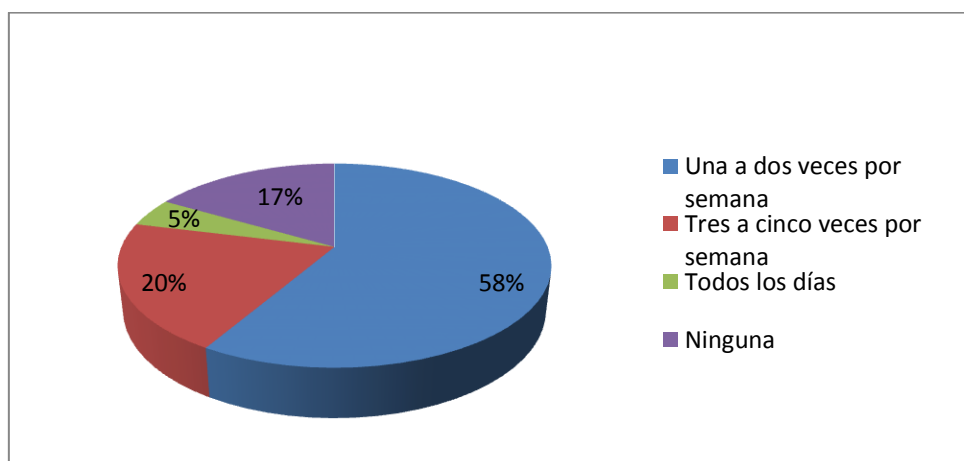
Figura 13. Escoja de las siguientes actividades culturales cual es la más importante para usted.



Fuente. Autoras.

De acuerdo a la población encuestada el 23% de la muestra le parece más importante el teatro como actividad cultural dentro del centro de acopio cultural, seguido del cine con un 22% y música con un 21%. Esto nos indica que se debe enfatizar más en la gestión con grupos y artistas teatrales.

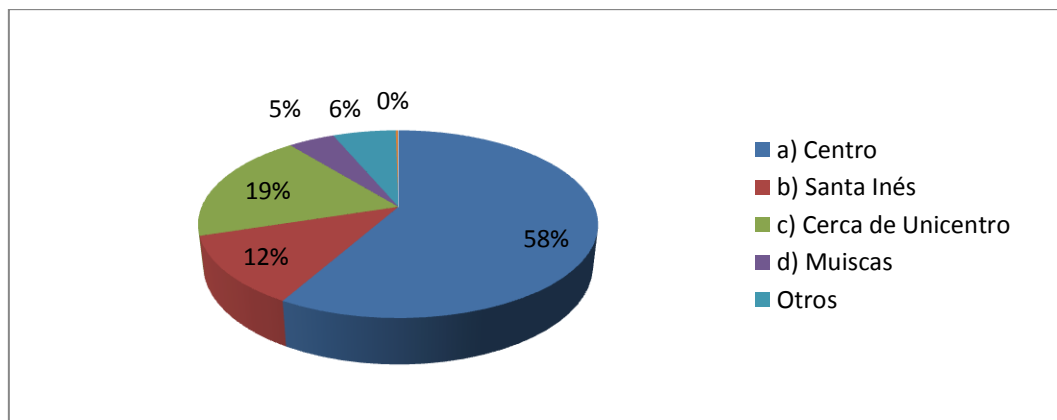
Figura 14. ¿Con que frecuencia a la semana visita usted un café-bar?



Fuente. Autoras.

Las población de la muestra el 58% respondió que visitan de una a dos veces por semana un café-bar, de lo que se puede concluir que una cantidad favorable puede llegar hacer cliente potencial del centro de acopio cultural.

Figura 15. ¿Para usted en qué lugar le gustaría que este ubicado el café cultural?



Fuente. Autoras.

El 58% de la población encuestada le gustaría la ubicación del centro de acoplamiento cultural en el centro de la ciudad de Tunja, esto es conveniente para la idea de negocio ya que en el centro, además de población estudiantil se encuentra personas trabajadoras a las que se puede ofrecer el servicio.

Análisis general de la encuesta

En general según las respuestas de las encuestas la idea de negocio es viable, ya que el 99% está de acuerdo con la creación de un café cultural, además de la cantidad de personas que estarían dispuestas a asistir a los eventos del centro de acoplamiento cultural como espectadores, invirtiendo entre \$5000 o \$10000 pesos por cada vez que asistan; el 68% de las personas están dispuestas asistir al café de una a dos veces por semana.

En cuanto a gustos la mayoría de las personas se fijan en la decoración del lugar al cual se van a tomar el café, la agilidad en el servicio y que se ofrezca cierta calidad en el producto.

Si se habla de los servicios en gestión cultural, para la población es más importante encontrar ciclos de cine y le gustara que se presentara obras de teatro.

Determinación de la Demanda. Para le determinar la demanda potencial del centro de acoplamiento cultural, se toma el total de población estudiantil entre 35 y 18 años de edad, siendo 21903 este se multiplica por el 99% que es el porcentaje de las personas que les gustaría que existiera un café cultural en la ciudad de Tunja, y el resultado es 21682, con este resultado se saca el 87% de las personas que participarían en las actividades del café cultural que son 18865, luego se aplica un 68% de personas que participan como espectadores de actividades culturales, 12828 por el 58% lo que concluye con una demanda potencial semanal de 7440 personas que irían una o dos veces por semana.

Comportamiento Histórico

Segmento del Mercado

– **Población.** Personas entre 18 y 35 que sean estudiantes universitarios de la ciudad de Tunja; la cual según el Danecorresponde a **21903** para el año 2013.

Tabla 2.

Proyección poblacional de Tunja.

Año	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Población								
Total Tunja	181,407	184,820	188,340	191,878	195,496	199,137	202,939	206,791

Fuente. DANE –Proyección Municipios 2005- 2020.

Del total de la población de Tunja se toma como población universo las personas entre los 18 y 35 años del municipio.

Tabla 3.

Proyección de la población de Tunja entre los 18 a 35 años.

Año	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Población entre 18 y 35 años	55415	56072	56719	57343	57921	58506	59169	59981

Fuente.Dane– Visor Certifica PPT_Oct11

De acuerdo con esta población se trabaja como población objetivo la población estudiantil de la ciudad de Tunja.

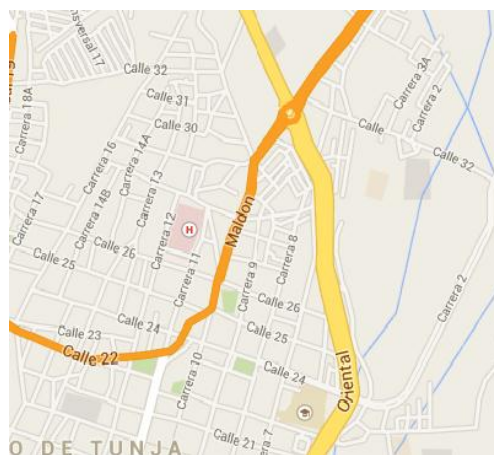
Tabla 4.

Proyección estudiantil de Tunja.

Año	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Población Estudiantil	21903	22163	22425	22691	22960	23233	23508	23787

Fuente. Dane– Educación Tunja por edad y Niveles

Zona de Influencia. La zona de influencia en la cual se va a desarrollar el proyecto es la ciudad de Tunja, específicamente en el barrio Maldonado, ya que es un lugar cerca al centro histórico de la ciudad, que por sus antecedentes históricos se presta para retomar la historia de las diferentes colonias que habitaron a través de los tiempos, lo cual es un atractivo para la idea del centro de acoplamiento cultural en el cual las manifestaciones artísticas pueden tener ese contenido histórico cultural.

Figura 16. Mapa ubicación del zona de ubicación del negocio.

Fuente. Google maps. (en línea) URL: <https://www.google.com/maps>.

Consumo Aparente. De acuerdo con los porcentajes arrojados por la encuesta realizada a las 378 personas de la muestra poblacional, se obtuvo una demanda potencial de 7440, es decir, 7440 personas irían de una a dos veces por semana al centro de acoplamiento cultural.

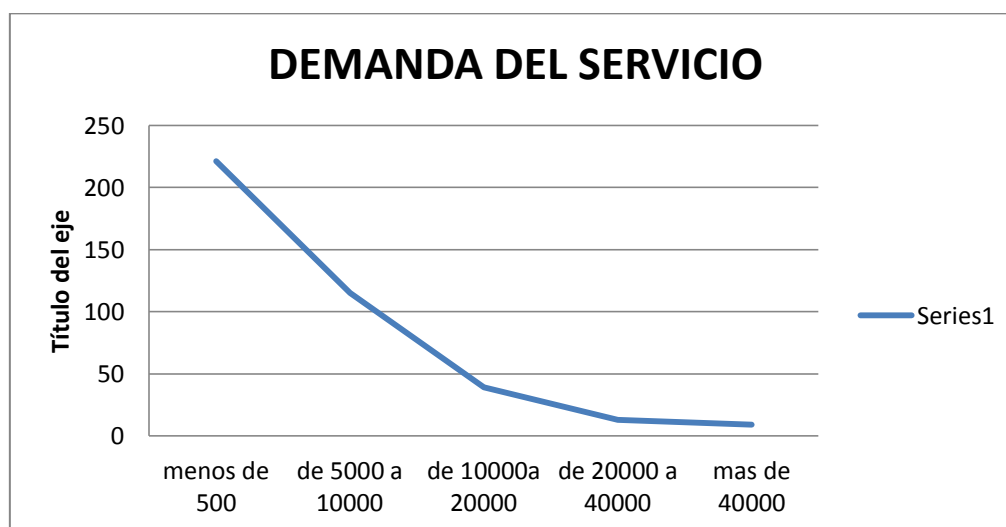
Consumo Percapita. Según la pregunta de cuanto invertiría en el café cultural por casa vez que asista se toman los siguientes porcentajes aplicados a la población objetivo de la siguiente manera: un porcentaje de 48% que es igual a 9418 personas que consumirían productos que sumen de 5000 a 10000 independiente de que producto consuma, un 30% igual a 6571 personas que consumen entre 10000 y 20000, un 13% igual 2847 personas que consume dentro de un margen de menos de 5000, el 10% igual a 2190 personas consumirán entre 20000 y 40000 y por ultimo un 4% igual a 876 personas que consumirán producto que sumen más de 40000 pesos.

Características Teóricas de la Demanda

Función de Demanda. La función de demanda resulta de la relación inversa que existe entre precio y cantidad, es decir cuando el precio del servicio disminuye, los consumidores lo adquieren en mayor proporción, que con un precio alto, matemáticamente la función de demanda se expresa así:

$$P = f(q1, q2 \dots I)$$

Para representarlo en el proyecto del centro de acopio cultural se toma por intervalos de la cantidad de dinero que la gente invertiría por cada vez que acude al café. Lo que nos queda una curva expresada así:

Figura 17. Grafica de demanda del servicio.

Fuente. Autoras.

Función de Ingreso. En la tabla 5 se muestra en la columna 5 el gasto promedio por persona en las diferentes manifestaciones artísticas y en el servicio de bebidas calientes de cafetería y en bebidas alcohólicas.

Tabla 5.

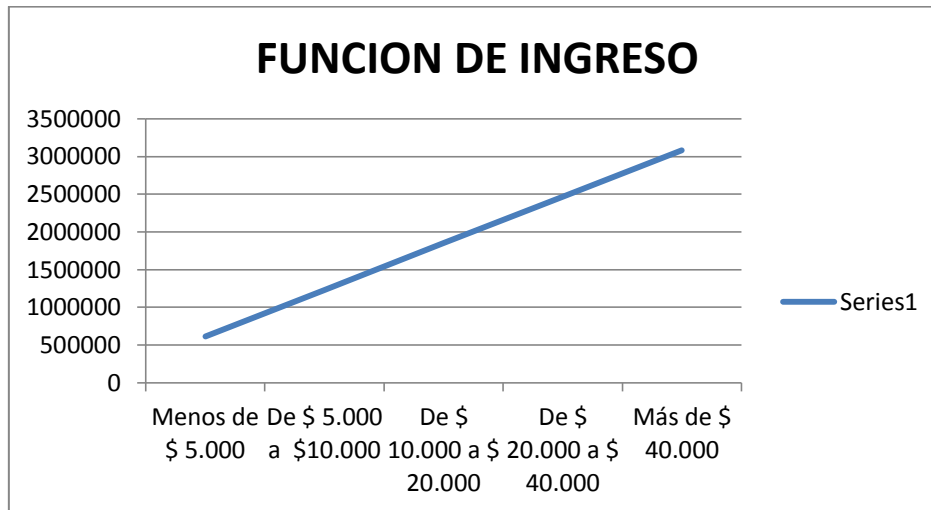
Ingresos y gastos de Tunja.

Dominios de estudio y clasificación del gasto	Total de hogares	Gasto total (millones \$)	Gasto promedio por hogar que adquiere el bien o servicio (\$)	Gasto promedio por persona del dominio de estudio (\$)
Entradas a cine	129,110	4,242	12,740	3,879
Entradas a teatro	12,627	647.582	19,888	5,471
Entradas a espectáculos musicales: conciertos, óperas, ballets, zarzuela, etc.	13,407	245.12	7,090	2,105
Entradas a museos, galerías de arte y exhibiciones	10,983	226.60	8,001	2,574
Entradas a bibliotecas, hemerotecas y archivos	1,734	104.97	23,481	4,992
Bebidas calientes en cafeterías y similares: Tinto, café con leche, chocolate, té, bebida achocolatada caliente, leche, agua de panela, agua aromática, avena caliente y similares	636956	8,102	4,932	1,206
Gastos en bebidas alcohólicas (cerveza, aguardiente, ron, etc) en tiendas, fondas rurales y al aire libre	273968	15877.33042	22,473	5,715

Fuente. Dane encuesta nacional de ingresos y gastos 2006-2007.

La función de ingreso se representa en a mayor ingresos de los consumidores mayor gasto en el café.

Figura 18. Grafica Función de ingreso.



Fuente. Autoras.

Elasticidad de la Demanda. La elasticidad se define como la relación que existe entre la variación de cantidad y la variación de precio, para el centro de acopio cultural se toma cantidad 1 = 221 cantidad 2 =115, y precio 1 = 10000 y precio 2 = 20000.

La fórmula matemática es:

$$EP = \frac{\Delta Q}{\Delta P} = \frac{P * \Delta Q}{Q * \Delta P}$$

Por lo tanto la elasticidad de la demanda para un centro de acopio cultural sería así:

$$EP = \frac{20000 * (221 - 115)}{221 * (20000 - 10000)}$$

$$EP = -1.84$$

Si el resultado es mayor a 1 significa que la demanda es elástica, es decir, si los precios bajan los gastos totales del servicio aumentarían.

Estimación de la Demanda Futura. Luego de tener la demanda actual se realiza una proyección a 5 años con el mismo porcentaje de los datos poblacionales elaborados por el Dane, para que resulte la demanda futura del año 2013 a 2020.

Tabla 7.

Demanda futura.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Población Total Tunja	181,407	184,820	188,340	191,878	195,496	199,137	202,939	206,791
Población Estudiantil	21903	22163	22425	22691	22960	23233	23508	23787
Demanda Actual	17904	18116	18331	18548	18768	18991	19216	19444

Fuente.Las Autoras.

Análisis de la Oferta

Objetivo de la Oferta. Identificar el comportamiento del mercado, variables como competidores, consumidores, proveedores, disponibilidad de insumos, desarrollos tecnológicos, para determinar precios del bien y servicio.

Metodología de la Oferta. Para el análisis de la oferta es necesario determinar diferentes variables, tales como población estudiantil universitaria entre los 18 a 35 años, muestra que es de 378 personas, las cuales fueron encuestadas para observar y analizar información como precios, tenencias y gustos.

Variables

– **Costos y Disponibilidad de los Insumos.** Los insumos que se utilizan para la realización del bien como los cafés, son cremas, azúcar, panela, frutas, salsa de chocolate, Arequipe, leche condensada y diferentes licores, los cuales se encuentran en tiendas especializadas en pastelerías, almacenes de cadena y licoreras; estos se utilizan en pequeñas

medidas por lo que no es conveniente mantenerlos almacenados por tanto tiempo, algunos productos son perecederos.

– **Restricciones determinadas por el Gobierno.** Las restricciones manejadas por el gobierno son el certificado de uso de suelos que tiene como objetivo que la autoridad competente certifique que la actividad de comercio realizada sea legal y cumpla con los requerimientos adquiridos en el plan de ordenamiento territorial. Se debe diligenciar el certificado de **Sayco&Acinpro**, el cual obliga a los establecimientos de comercio que trabajen con obras protegidas por derechos de autor o difusión de música pagar por estos derechos; por último como establecimiento que trabaja con alimentos y bebidas es necesario adquirir el certificado sanitario el cual comprende seguridad en las instalaciones y el nivel de sanidad del establecimiento. Además se debe cumplir con los requerimientos de seguridad que expiden los bomberos, en cuanto a rutas de evacuación y las salidas de emergencia.

Para la venta de licores como cerveza tenemos como proveedor directamente Bavaria S.A. quienes ofrecen cerveza de diferentes marcas y tipos tales como la Club Colombia dorada, roja y negra.

– **Desarrollos Tecnológicos.** Los desarrollos tecnológicos que se han presentado que pueden servir para la idea del centro cultural, están las luces Led para escenarios de teatro, los proyectores tipo D para las películas en proyecciones digitales.

Proveedores del Bien o Servicio, Análisis de Competencia

Proveedores del bien o servicio. El proveedor más importante para el centro cultural es **Café Especial Origen**, el cual es un producto artesanal boyacense, que ofrece café excelso molido y en grano la forma de distribución es de la tostadora al cliente, elegido por que

garantiza la calidad en el aroma y sabor del café y está aprobado por la federación nacional de cafeteros.

El segundo proveedor para la realización del bien y servicio son **Parmalat Colombia**, es una empresa industrial de productos lácteos en Colombia, el método de distribución que frece es de la productora al centro de encuentro cultural, siendo Tunja punto de distribución, garantizan la vida útil de la leche entre seis y nueve meses de la leche en bolsa, nueve a doce meses la leche en polvo y la crema de leche, el arequipe y la leche condensada entre seis y nueve meses. Se decidió por este proveedor ya que ofrece leche en polvo y leche pasteurizada, de las cuales son necesarias para la elaboración de algunas bebidas.

Para la elaboración de las bebidas a base de se te elige como proveedor a la marca **Te Hindú**, el cual tiene en el mercado té verde, te negro y te rojo para infusión, además de té verde, te rojo y te negro para tomar frio, la manera de distribución es de la planta al cliente, con envidos a nivel nacional.

Análisis de competencia. Según las encuestas realizadas a 378 estudiantes universitarios en la ciudad de Tunja, el competidor directo para el centro cultural es Clandestino Café Libro, en el cual sus precios están un margen de 1000 a 4500, siendo 1000 el tinto y las infusiones y 4500 las malteadas y jugos naturales, los licores que allí se encuentran esta cerveza nacional con un precio de 2500 y el vino con precio de 4500 por copa y 35000 por botella.

Régimen del Mercado. En la ciudad de Tunja se encuentran 61 establecimientos registrados en industria y comercio con la actividad de servicio de café-Bar, pero entre estos no existe un control dominante por ninguno presentándose así una competencia monopolística, por lo tanto el Centro de acoplamiento cultural sería el único ya que presenta la mezcla de servicios culturales con los servicios de un café.

Régimen y Características del Mercado de los Insumos. El mercado de los insumos utilizados para el centro de acoplamiento cultural en la ciudad de Tunja es de oligopolio, ya que se encuentran gran variedad de marcas de café y té, de las cuales ninguna se produce como tal en la ciudad pero si se distribuyen de otros municipios a nivel departamental y nacional estos oscilan entre un margen de precios; en cuanto a los lácteos en la ciudad se encuentra tanto marcas de otros municipios como productoras de la ciudad, igualmente los precios de estos bienes se manejan entre el mismo rango.

Comportamiento Histórico del Sector. Tunja es una ciudad que se caracteriza por su riqueza cultural, donde siempre se encuentra una fascinación por el arte, el teatro, la música, exposiciones fotográficas, de pintura y escultura; además por arquitectura colonial e indígena donde se evidencia la evolución de la población tunjana desde sus antepasados. El servicio de café en Tunja no solo es visto como un negocio, también se ve como un costumbres de la población, visitar estos sitios para tomar café con amigos y compañeros, costumbre que se pasa por generaciones, en la actualidad en la ciudad de Tunja existen 61 establecimientos de comercio que brindan el servicio de café, donde se incluyen bebidas calientes y bebidas frías.

Análisis de Sector. El servicio de café se encuentra en el tercer sector económico como prestación de servicios. Es decir no es un sector productivo pero determina ingresos a una población determinada.

Sector a nivel internacional. A nivel internacional las tiendas de café está creciendo de tal manera que tomarse un café es toda una experiencia, donde se habla de microlotes, molienda, variedades de cafés especiales y formas de preparación de este tanto como el Chemex, el Aeropress, el Ibrik, el Sifón entre muchas otra preparaciones, formando una subcultura, presente en los Estados Unidos, Europa, Asia y los Países Nórdicos.

Sector a nivel nacional. A nivel nacional el sector cafetero está tomando nuevas tendencias, Colombia al ser el segundo productor de café en el mundo, se considera uno de los países que menos lo consume; gracias a la federación nacional de cafeteros y su campaña toma café, se incentiva a la población a conocer los diferentes aspectos culturales y sociales del café, además de la cantidad de tiendas especializadas en café que se han creado a nivel nacional y están creciendo a nivel internacional.

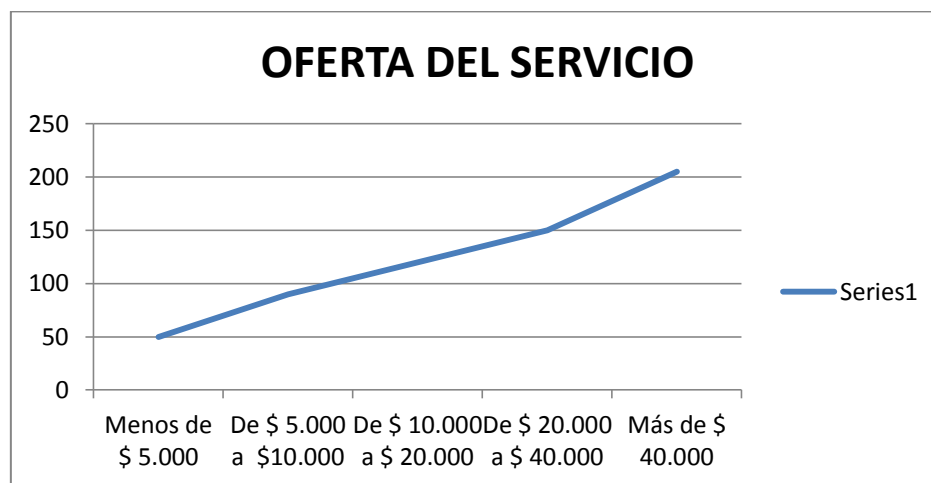
En el ámbito nacional los precios de los cafés oscilan entre 1800 de los expresos y los cafés especiales tienen un precio por medio en un margen de 3500 y 8000. Para las tiendas de café especializadas.

Características de la oferta

Función de la Oferta. La función de oferta fue tomada por consumo de los clientes. Es decir, entre mayor consumo mayor cantidad de bebidas ofrecidas. Matemáticamente sería de la siguiente manera:

$$f(x) = 5000x$$

Donde x es la cantidad de bebidas ofrecidas mientras que 5000 es la mínima cantidad que los clientes estarían dispuestos a pagar, por cada una de las veces que entre al lugar, sin importar la bebida que consuman. Según esto nos da una curva de oferta así:

Figura 19. Grafica Oferta del servicio.

Fuente. Las Autoras.

Proyección de la Oferta. La proyección de oferta se toma la cantidad de bebidas que tiene la máquina de producción por hora que es de 30 bebidas por hora, esto se multiplica por 48 horas a la semana, luego por 4 semanas, por ultimo por 12 meses, lo que resulta 17280 bebidas al año. Se utilizó el porcentaje según el Dan para la proyección poblacional.

Tabla 8.

Proyección de la oferta.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Población Total Tunja	181,407	184,820	188,340	191,878	195,496	199,137	202,939	206,791
Población estudiantil	21903	22163	22425	22691	22960	23233	23508	23787
Oferta actual	17280	17485	17692	17902	18114	18329	18546	18766

Fuente. Las Autoras.

Demanda Vs Oferta. Para determinar la demanda insatisfecha la cual se produce cuando las demandas detectadas no son lo suficiente atendidas en el mercado, para esto tomamos el déficit de la siguiente manera:

$$\text{deficit} = \text{demanda} - \text{oferta}$$

Para esto se tomó la demanda potencial como los 17904 encuestados que respondieron que si ala a pregunta de si le gustaría, proyectada a un año para la oferta potencial 17280 que es la capacidad de producción de bebidas de la máquina de café, la demanda insatisfecha resulta de la diferencia entre la oferta potencial y la demanda potencial.

Tabla 9.*Demanda Vs Oferta.*

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Demanda actual	17904	18116	18331	18548	18768	18991	19216	19444
Oferta actual	17280	17485	17692	17902	18114	18329	18546	18766
Demanda insatisfecha	624	631	639	646	654	662	670	678

Fuente. Las autoras.

Proyectados según el 1.18% de acuerdo la proyección poblacional aplicada por el Dane.

Función de Precios. En el café cultural se encuentran diferentes precios, pues la bebida base para los cafés es el expreso y de acuerdo a los gustos de cada uno de los clientes, va cambiando de acuerdo al café que prefieren los clientes.

Para la determinación del precio primero es necesario sacar los costos de cada uno de los productos que se van a ofrecer.

Tabla 10.*Función de precios.*

	Café expreso	Café americano	Capuchino	Café Latte	Capuchino con Licor	Mocachino	Café Gelato	Irish Coffe	Expreso Correto	Capuchino helado	Cerveza	Vino
total costo de produccion	475	625	697	687	1558	704	1174	1764	1375	850	1306	3374
margen de rentabilidad 25%	119	156	174	172	389	176	293	441	39	213	327	844
total costo + rentabilidad	594	782	871	859	1947	880	1467	2205	1414	1063	1633	4218
precio competidor	1500	1200	2300	2500	2500	2500	4500	5000	3000	4000	2500	4000
total precio	1200	1000	1800	2500	2500	2500	4000	5000	3000	4000	2500	4500

Fuente. Las autoras.

Estudio Técnico

Aspectos técnicos

Marco teórico y conceptual. El estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área. Técnicamente existirían diversos procesos productivos opcionales, cuya jerarquización puede diferir de la que pudiera realizarse en función de su grado de perfección financiera.

Este estudio deberá definir la función de producción que optimice el empleo y los recursos disponibles del bien o servicio del proyecto.

Metodología utilizada para la formulación de los aspectos técnicos. Para la formulación de los aspectos técnicos del proyecto se realizara una investigación cuantitativa y cualitativa de cada uno de las características que intervienen en la composición de un café cultural tales como la maquinaria, costos de producción, la localización y los diferentes entornos que interfieren en los procesos y estándares de calidad que requiera el proceso.

Tamaño del proyecto: volúmenes de producción y comercialización del bien o servicio proyectados. El servicio de un café cultural tiene como objetivo brindar un espacio de esparcimiento que permita la interacción del ocio con el arte, dando así como resultado la prestación de un servicio que satisfaga la demanda de los clientes potenciales, en este caso tomaríamos como tamaño del proyecto la cantidad de bebidas que se producirían y venderían en el día dando así como resultado doscientas ochenta aproximadamente, esto teniendo en cuenta la cantidad de personas que asistan al lugar en días normales sin

embargo este número podría aumentar gracias a las actividades que se desarrollarían dentro del lugar.

Análisis de los factores condicionantes del tamaño del proyecto

Tamaño y mercado. De acuerdo a los resultados arrojados en el estudio de mercados, se plantea la creación de un Centro de acoplamiento cultural en el sector del barrio Maldonado enfocado a un Segmento de mercado comprendido en un rango de edad que va desde los 18 años hasta los 35 años, que sean residentes o transeúntes del sector en mención teniendo en cuenta un total de 329 personas.

Tamaño, costos y aspectos técnicos. La población a la cual irá a impactar el proyecto según el estudio de mercados, son personas de cualquier género, creencia, raza, entre los dieciocho y treinta y cinco años, las cuales según las encuestas están dispuestas a pagar por el servicio entre \$5.000 y \$10.000.

Tabla 11.

Disponibilidad de insumos públicos.

Disponibilidad de insumos			
Insumo	Precio	Cantidad ofrecida	Vida útil aprox
Café especial origen	60000	2500 gramos	2 meses
Leche entera Parmalat	14000	6 bolsas de 1100 ml	6 meses
Crema de leche	7100	1100 mililitros	2 meses
Leche condensada	8200	1100 mililitros	2 meses
arequipe	9500	1000 gramos	2 meses
Leche en polvo Parmalat	14000	1000 gramos	8 meses
Crema chantilly	8000	1000 gramos	6 meses
Te hindú	12300	Caja por 200 unidades	2 meses

Azúcar	3500	200 unidades x5gramos	2 meses
Vino	25000	Botella 750cc	N/A
Esencias de sabores	6500	Botella 500 cc	6 meses
Cocoa (chocolate enpolvo)	17480	1000 gramos	6 meses
Galletas mini	6000	12 paquetes	4 meses
Helado	15000	5 litros	2 meses
Cerveza	33000	Canasta de 30 bot.320 cc	N/A
Frutas	4000	500 gramos	5 días

Fuente. Las autoras.

Tabla 12.

Disponibilidad de servicios públicos.

Servicios públicos		
Servicio	Estrato	Costo
Energía	Comercial	220000
Agua	Comercial	180000
Gas natural	Comercial	40000
Wifi, teléfono fijo	N/A	120000
Televisión satelital	N/A	60000

Fuente. Las autoras

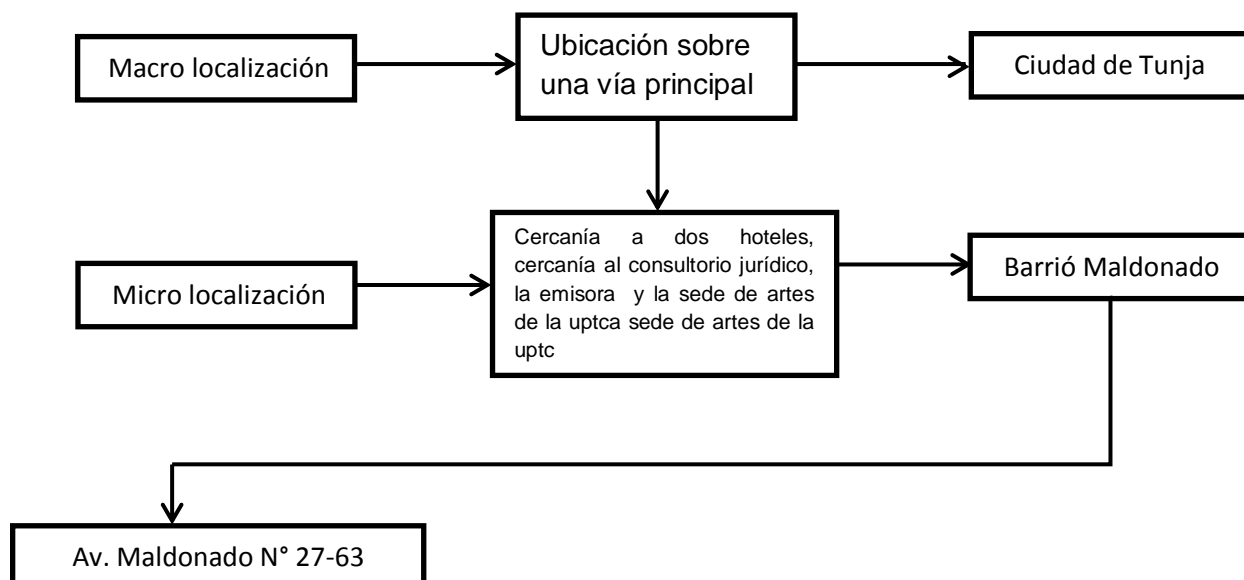
Tamaño y localización. La funcionalidad del proyecto hace que tenga una única localización, la cual será en el barrio Maldonado ya que este se encuentra en un punto estratégico de la ciudad donde el comercio va en constante crecimiento y existen diferentes servicios que le permiten al consumidor suplir distintas necesidades.

Tamaño y Financiamiento. El proyecto será financiado por los socios de la junta administrativa, donde se comparte el 50% de responsabilidad de los costos; sin embargo será estudiado por el fondo emprendedor, con el fin de disminuir el porcentaje de inversión, por parte de los socios.

Localización; Macro localización y Micro localización, Matriz de Planta Física.

Localización. El centro de acoplamiento cultural será ubicado en la ciudad de Tunja en el barrio Maldonado; se toma este punto por cuestión de costos de los servicios públicos, además del certificado de estudio de suelos el cual no permite la apertura de un establecimiento de comercio donde se ofrezcan bebidas alcohólicas dentro del centro histórico de la ciudad.

Figura 20. Proceso de localización.



Fuente. Autoras.

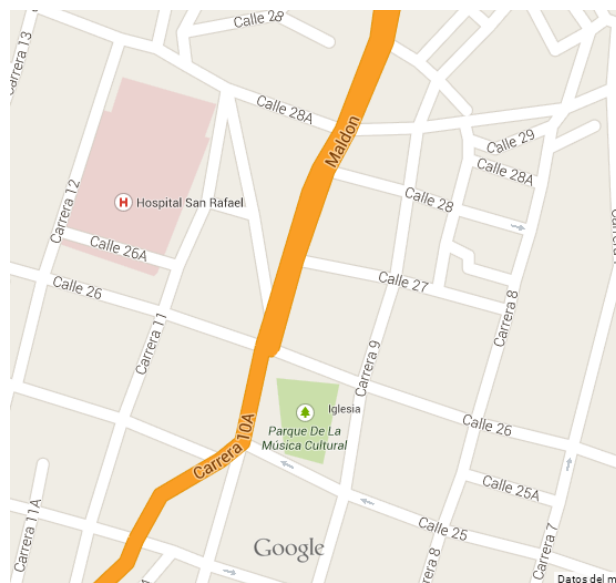
Macro Localización

El centro de acoplamiento cultural se desarrollara en el barrio Maldonado al occidente de la ciudad de Tunja; el sector cuenta con el 100% de los servicios públicos, como gas natural, alcantarillado, energía, teléfono, internet y televisión.

La principal vía sobre el centro de encuentro cultural es la avenida Maldonado, esta es la más utilizada para llegar al centro histórico de la ciudad desde el norte.

La variables por la cuales fue escogido el sector fue por la cercanía a dos hoteles, queda sobre una de las vías más importantes de la ciudad, cumple con los requisitos para el certificado de estudio de suelos, la cercanía a dos hoteles conocidos de la ciudad los cuales son hotel la antigua y hotel las nieves, además del rápido acceso de los proveedores de los diferentes insumos por estar sobre la avenida Maldonado.

Figura 20. Mapa de macrolocalización.



Fuente. Google maps. <https://www.google.com/maps>

Micro localización

El centro de acoplamiento cultural estará ubicado en el barrio Maldonado, debido a que no hay lugares por ese sector que presten el servicio de cafetería, que sean acogedores y agradables que incentiven el dialogo y el intercambio de conocimientos por medio de las manifestaciones artísticas.

La dirección de la casa Avenida Maldonado # 27-63 el sector es estrato socio económico 3-4 pero al ser un establecimiento de comercio la casa pasa hacer estratocomercial; es una área de 60 metros cuadrados la casa es una casa lote que se remodelara de acuerdo a los requerimientos necesarios para prestar el servicio, se llega a un acuerdo con el dueño del predio en el cual el arrendador paga el 80% de los arreglos y los arrendatarios cumplen con el 20% lo que equivale a pintura y decoración de acuerdo al estilo y la tendencia que se va a manejar.

Los factores para tomar esta opción fueron porque es un sector muy transitado debido a que es una avenida principal, la cercanía al centro histórico de la ciudad, tiene cercanía con la sede de artes, el consultorio jurídico y la emisora de la universidad pedagógica y tecnológica de Colombia UPTC, además de la ausencia de este tipo de establecimientos en el sector.

Figura 21. Fotografía sector Maldonado.



Fuente. Las autoras

Ingeniería del Proyecto

El objetivo de la ingeniería del proyecto es la programación de las diferentes tareas y procesos que se desarrollan para la prestación del servicio, adicionalmente conocer los recursos, proveedores maquinaria e infraestructura para las satisfacción del cliente.

Descripción técnica del producto. La prestación del servicio de café se ubica en el nivel tres de la escala de necesidades según **Maslow** “*social, amistad y asociación*”. La actividad se define como el servicio de venta de bebidas de café, té, infusión de frutas, licores y acompañantes.

Identificación y Selección de Procesos. Los procesos más significativos en el centro cultural es la elaboración de las bebidas y servicio al cliente.

Figura 22. Flujograma de elaboración de bebidas.

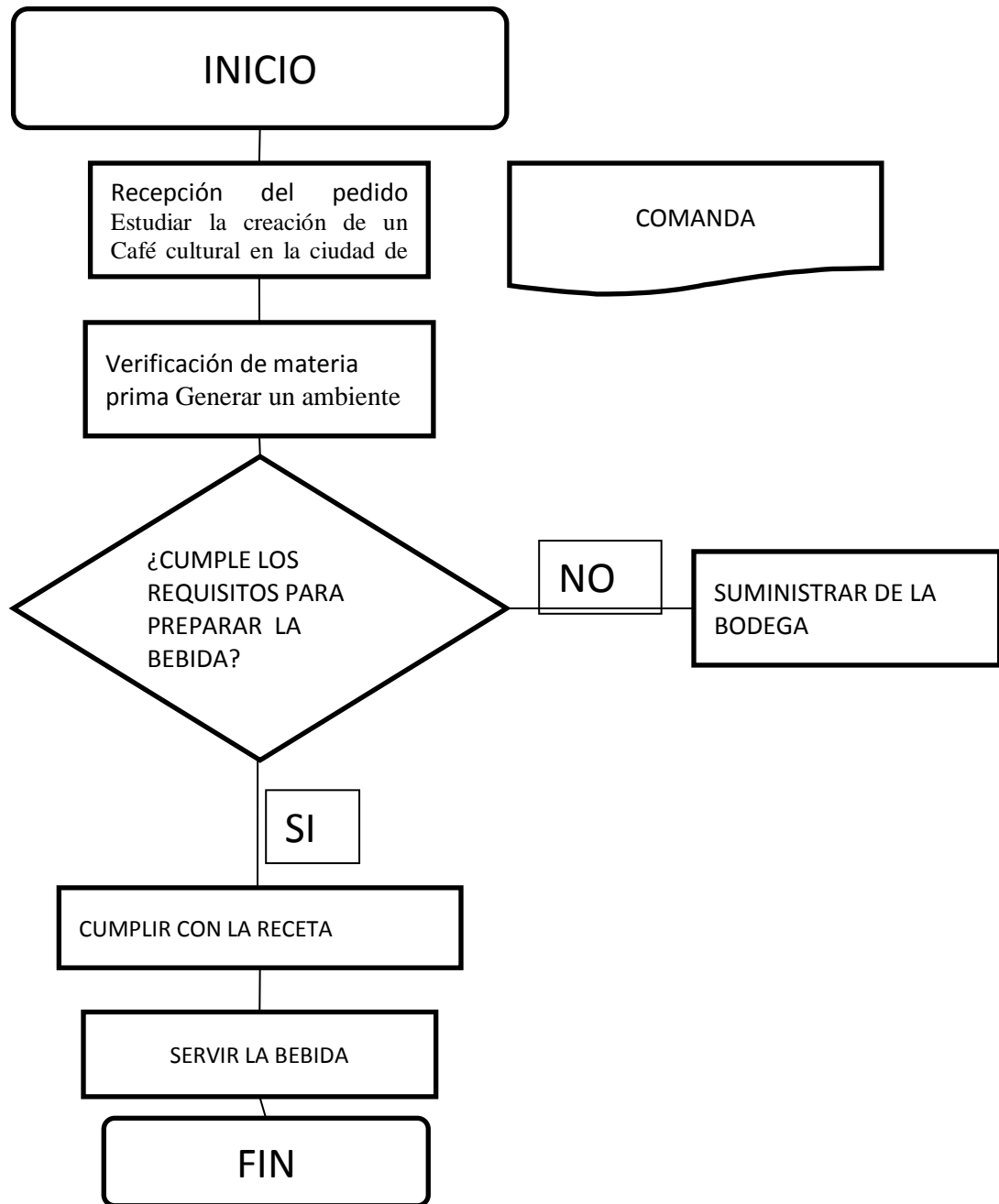
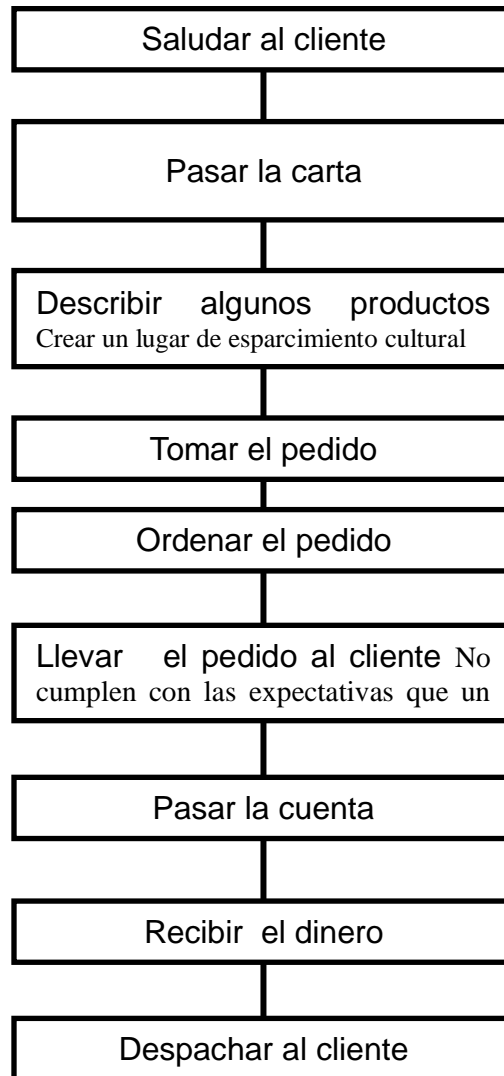


Figura 23. Flujograma de Servicio al Cliente.

Listado de Equipos. Los equipos utilizados en la prestación del servicio son:



Maquina Espresso

- 2 grupos electrónica con diseño moderno y funcional.
- Facilidad para la limpieza.
- Interruptor general de 3 posiciones que facilita la puesta en marcha y el mantenimiento.
- Volumen de la caldera 12 litros.
- Potencia y consumo 2600 W 11.6 A.
- Peso 66 Kilos Dimensiones en cms: alto 46 fondo 57.6 ancho 77.2
- Precio 2.594.900



Licudadora

- marca SKYSEN
- Vaso en acero inoxidable
- capacidad del vaso 1,5 litros,
- cuchilla, eje y mancal central hechos en acero inoxidable
- gabinete en metal pulido
- precio 250000



MOLINO DE CAFÉ

- color rojo
- molienda graduable
- Motor monofásico con protección térmica. Contador de porciones
- Capacidad: 6 Kg./hr
- Consumo: 250 vatios 110 voltios.
- Dimensiones: Ancho: 18 Alto: 55 Precio: 480000



Coctelera en acero inoxidable

- 28 onzas
- Precio 28000



Dispensador De Crema Chantilly

- Contiene 10 Balas N2o
- Precio 259000



Kit Barista

- KnockOut Caja
- Pequeño Espuma Jug
- Termómetro grande
- Gran jarra de Espuma
- Mini batidor
- Espátula Leche
- Apisonamiento Mat
- 57mm Tamper
- ShakerCocoa
- Disparo Pot
- PulyCaffCleaningPowder
- Brush Head Group
- Precio 265 254



Pocillo para café corona

- Color blanco
- Porcelana
- De 100 cc
- Precio 4500



Vaso cervecero

- Material de vidrio
- Precio 3500



Copa de vino

Precio 4000



MINI VIDEOBEAM

- Multimedia portátil mini HD, LED, LCD
- Complatible con ipone, ipad. Samsung galaxy
- Contiene tripode en aluminio
- Precio 289000



Porta luz de teatro

- Rosca tradicional E 27
- Pintura electro estática
- Aletas actualizables
- Precio: 35000



Consola De Sonido

Alto Amx-180f
Precio
249000



Amplificador de sonido

- amplificador spainsa 52 usb 1000
- cabina pasiva 1x12 parlante 500w
- Precio: 550000



COMPUTADOR TODO EN UNO

- 3° generación de procesadores Intel dual core
- Windows 8
- 4 GB
- Intel® HD 2500 (integrados)
- 566 x 197 x 427 mm (22,8 x 7,8 x 16,8")
- Cámara web HD de 720p integrada
- Pantalla LCD de 23" con retroiluminación LED (1600 x 900), 250 NITS
- Lectora/grabadora de DVD integrada
- 6 puertos USB (2 USB 3.0)
- Lector de tarjetas 6 en 1 (SD/SDHC/SDXC/MMC/MS/MS-Pro)
- Combo de conectores
- LAN 10/100/1000
- HDMI
- Disco de hasta 1 TB HDD (7.200 rpm)
- Ethernet 10/100/1.000 M
- 802.11 b/g/n Wi-Fi
- Precio: 1494857

Además, para el servicio al cliente se compran 10 mesas de cuatro puestos cada una a 80000, 4 sillas para barra de 35000 y dos sofás de 40000.

Análisis de normas ISO aplicadas a los procesos. Las normas Icontec que se implementarán en el centro de acoplamiento cultural, son las normas ISO 9000, la cual estandariza la gestión de los procesos sobre los servicios que se ofrecen, consiguiendo un mayor control sobre ellos. La ISO 20001 en la que se rigen todas las instituciones que se dedique a la comercialización de productos alimenticios.

Descripción de insumos. Los insumos utilizados para la elaboración de bebidas, el más importante el café ya que de este, es la base para la elaboración de toda la variedad de cafés.

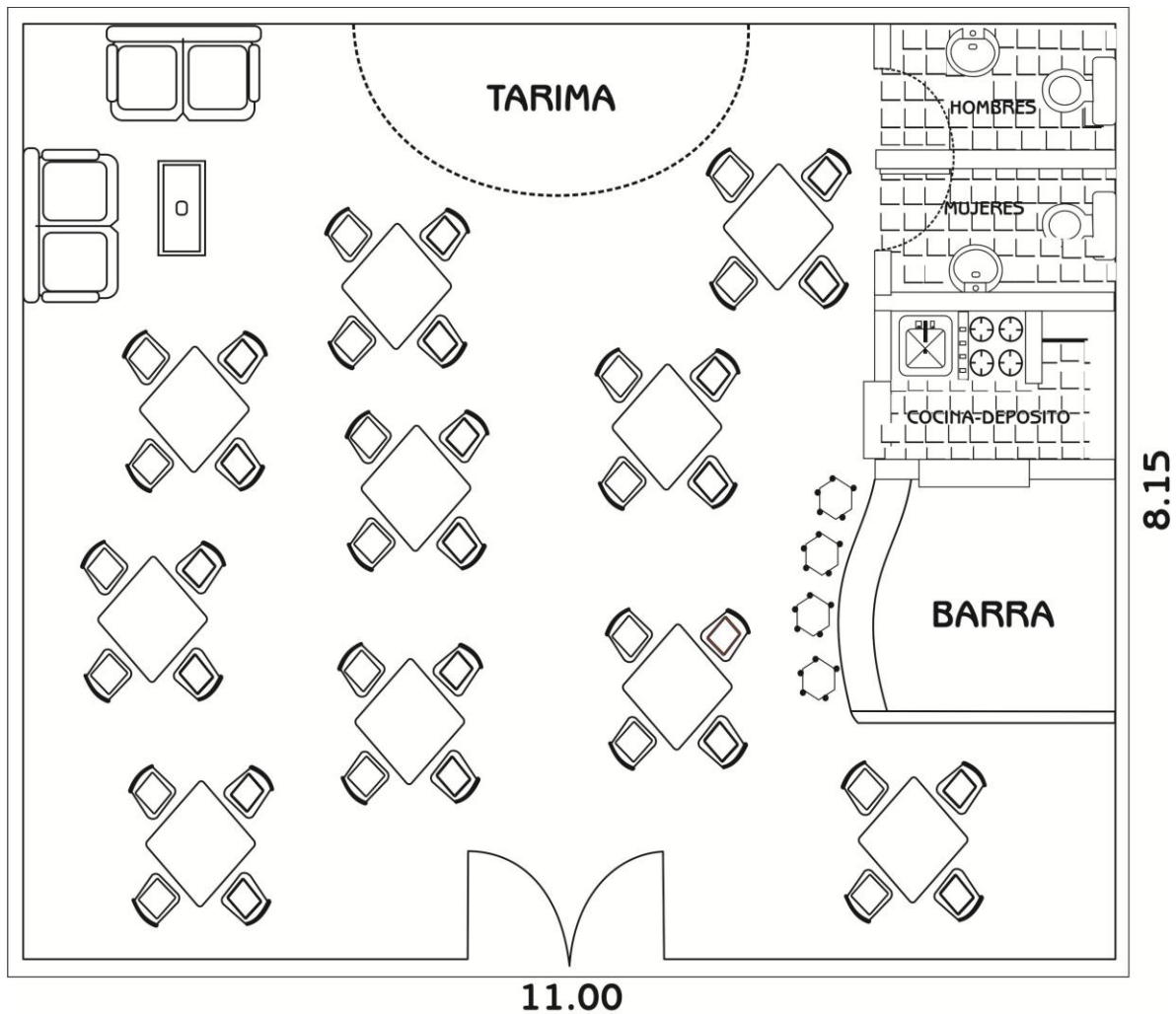
Tabla 13.

Descripción de insumos.

Insumo	Precio	Cantidad ofrecida	Vida útil aprox	costo por ml o gr
Café especial origen	60000	2500 gramos	2 meses	12
Leche entera Parmalat	14000	6 bolsas de 1100 mililitros	6 meses	2
Crema de leche	7100	1100 mililitros	2 meses	6
Leche condensada	8200	1100 mililitros	2 meses	7
Crema chantilly	8000	1000 gramos	6 meses	8
Azúcar	3500	200 unidades x 5gramos	2 meses	18
Vino	25000	Botella 750cc	N/A	33
Esencias de sabores	6500	Botella 500 cc	6 meses	13
Galletas mini	6000	12 paquetes	4 meses	17
Helado	15000	5 litros	2 meses	3
Cerveza	33000	Canasta de 30 botellas 320 cc	N/A	1100
Frutas	4000	500 gramos	5 días	4000
varierades de tragos	30000	1000ml		30
agua	1501	1m3	150.132	1.501320

Fuente. Autoras

Distribución de la planta. La distribución de la planta será de la siguiente manera un área de 86 m cuanta con una tarima, dos baños, la cocina y la barra.

Figura 24. Plano bar.

Fuente. Autoras

Para el local se debe pagar 2.000.000 para la adecuación del lugar, y se paga 600.000, de arriendo mensual.

Análisis Ambiental

Marco teórico. El estudio de impacto ambiental es el instrumento básico para la toma de decisiones sobre los proyectos, obras o actividades que requieren licencia ambiental y se exigirá en todos los casos en que se requiera licencia ambiental de acuerdo con la ley y este reglamento.

Metodología del análisis ambiental. Identificar y describir los efectos que genera la producción sobre los componentes ambientales como suelo, agua, fauna, flora, y paisaje, intereses comerciales salud de las personas, entre otros. Existen diferentes tipos de herramientas para la evaluación del impacto ambiental.

Determinación del impacto ambiental.

Figura 25. Sistema de gestión medioambiental.



Fuente. Autoras.

Organización y Aspectos Administrativos

Marco teórico y conceptual de los aspectos administrativos y organizacionales

Para un negocio, no solamente restaurantes, sino también en toda clase de industria, lo más importante e indispensable es el recurso humano. Las personas a parte de hacer su trabajo, son el alma de toda organización, puesto que hacen lo que no puede hacer cualquier

máquina, darle vida a la compañía. Por eso es necesario e indispensable, mantener el equilibrio entre las diferentes áreas de la organización, hacer que el trabajador se sienta a gusto con su trabajo, para que preste un mejor servicio y esto se vea reflejado en su trabajo y en la satisfacción del cliente. Los proveedores, también son un recurso importante dentro de toda organización su buen trato y manejo hacen que se sienta bien para de esta forma también conseguir precios más bajos, mejor calidad y fidelidad.

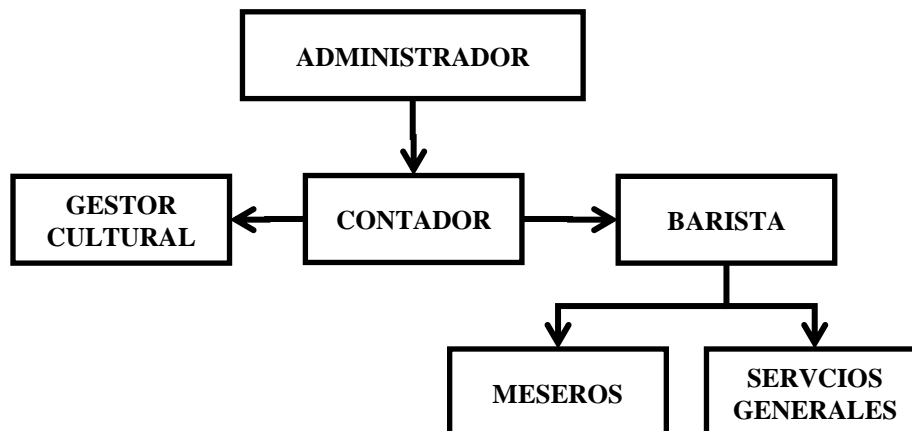
Metodología utilizada para la formulación de los aspectos administrativos y organizacionales

Para la formulación de los aspectos administrativos y organizacionales, se realizan los factores que afectan el mercado interno y externo, para encontrar la forma de diferenciar la idea de negocio de nuestros competidores, para aplicar la mejor estrategia de mercado, promoción y el personal necesario para el funcionamiento del negocio.

Estructura orgánica y funciones a nivel de áreas

El centro de acoplamiento cultural como prestador de servicios de cafetería y culturales debe contar con una área administrativa, una área de producción y servicio al cliente, un área de gestión cultural y un área de financiera.

Figura 26. Organigrama.



Fuente. Autoras.

Área administrativa

- Las funciones que se deben tener para el área administrativa son:
- Representación legal de la sociedad y el centro cultural
- Toma de decisiones y solución de conflictos internos y externos dentro del centro de acoplamiento cultural
- Dirigir, evaluar y controlar el cumplimiento de los diferentes procesos de cada una de las actividades.
- Diseñar objetivos y estrategias de innovación, para atraer clientes.

Área de Producción y Servicio al Cliente

- Elaborar las diferentes bebidas ofrecidas a los clientes
- Asegurar que los clientes estén satisfechos con atención de respeto, amabilidad y cordialidad.
- Garantizar la fidelidad de los clientes y siga participando de las actividades y continúen adquiriendo los servicios de cafetería
- Recepción y verificación de la materia prima
- Control y mantenimiento de la maquinaria utilizada para la elaboración de las bebidas
- Garantizar orden, limpieza del establecimiento y los utensilios utilizados para el servicio a la mesa

Área de Gestión Cultural

- Organizar los eventos culturales dentro del centro cultural
- Invitar a los artistas a participar de acuerdo a las manifestaciones artísticas que se organicen

- Estar a la vanguardia de las diferentes tendencias culturales del sector
- Garantizar a los artistas el cumplimiento sus necesidades

Área Financiera

- Realizar la contabilidad del centro de acoplamiento cultural
- Controlar el flujo de entradas y salidas de efectivo
- Garantizar que los estados financieros sean confiables y efectivos para lo toma de

decisiones

Tabla 14.

Planta de cargos requerida.

Planta de Personal				
Área	Cargo	Nivel ocupacional	Número de personas	Nivel académico
Administrativa	Gerente	Directivo	1	Profesional
Producción Servicio al Cliente	Barista	Supervisor	2	Técnico
	Mesero	Asistente	2	Técnico
Gestión Cultural	Gestor	Asistente	1	Técnico
Financiera	Contador	Directivo	1	Profesional

Fuente. Autoras.

Tabla 15.*Descripción de funciones y perfiles a nivel de cargo.*

Descripción de Cargos		
Cargo	Descripción del Funciones	Perfil del Aspirante
Gerente	Dirigir y coordinar todas las actividades y los recursos a través del proceso de planeamiento, organización, dirección, y control a fin de lograr los objetivos establecidos. Representar al café-cultura frente a terceros.	profesional en administración de empresas
Barista	Control de los productos y bienes de la barra. Elaboración de las distintas bebidas especialmente en bebidas a base de café, Control de higiene.	Técnico en elaboración de bebidas de café y servicio a la mesa
Mesero	Asegurar que los clientes estén satisfechos con atención de respeto, amabilidad y cordialidad. Garantizar la fidelidad de los clientes y siga participando de las actividades y continúen adquiriendo los servicios de cafetería Recepción de pedidos	Técnico en servicio a la mesa y servicio al cliente
Gestor	Organizar los eventos culturales dentro del centro cultural, Invitar a los artistas a participar de acuerdo a las manifestaciones artísticas que se organicen, Garantizar a los artistas el cumplimiento de las necesidades de los artistas invitados.	Técnico en organización de eventos
Contador	Recopilar, clasificar y registrar sistemáticamente, ordenada y oportunamente los hechos económicos de acuerdo a los principios contables, normas legales y tributarias de las operaciones contables de la empresa, con el propósito de tener una información financiera real, razonable y oportuna con el fin de facilitar los controles, análisis y toma de decisiones.	profesional en contabilidad

Fuente. Autoras.

Función de planeación corporativa

Misión. Ofrecer a los clientes las mejores bebidas de café, aplicando un factor diferenciador como la gestión y promoción de manifestaciones artísticas para lograr un ambiente agradable y acogedor en la prestación del servicio

Visión. Ser reconocidos como el mejor lugar en la ciudad de Tunja de esparcimiento cultural, como gestores y promotores de manifestaciones artísticas mientras los clientes disfrutan de las más deliciosas bebidas de café.

Objetivos

Objetivos a largo plazo

- Lograr un posicionamiento en el mercado como uno de los gestores culturales más conocidos de la ciudad por medio de la captación de artistas municipales.
- Lograr una barra especializada de cafés apta para la competencia de mercados.
- Captar año tras año un 1.19% de la demanda.

Objetivos a corto y mediano plazo

- Aumentar el número de asistentes al café cultural.
- Dar a conocer la empresa, por medio de estrategias de marketing al ámbito local.

Valores Corporativos

Los valores que identifican al Café Cultural Cubara, son los siguientes:

- **Ética:** Actuar dentro de una concepción humanística, responsable y justa con los miembros de la sociedad.
- **Compromiso:** Trabajar con profesionalidad y honestidad, bajo los lineamientos legales, con el fin de mejorar la calidad de vida y crecimiento de nuestros colaboradores y de la ciudad, contribuyendo de esta forma al desarrollo del país.

- **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.
- **Calidad:** Realizar eficaz y eficientemente cada una de las labores que permiten la plena satisfacción del cliente.

Logo

Figura 27. Logo empresa.



Fuente. Autores.

Política de Calidad. Nuestro compromiso fundamental es ofrecer productos y servicios que superen las expectativas de nuestros clientes, para de esta forma generar rentabilidad, bienestar a nuestros empleados y respeto al medio ambiente, trabajando siempre bajo las normas éticas y de mejora continua.

Función de recursos humanos: sistemas de reclutamiento, remuneración, desarrollo, bienestar social, y relaciones laborales.

Selección, contratación y pago de nomina. El proceso de contratación inicia identificando los requerimientos que tiene la empresa a la hora de contratar personal administrativo y operario solicitado para desempeñar labores de prestación de servicio, de acuerdo a los requisitos del cliente y principalmente a las condiciones propias del café cultural. De la selección del personal depende la calidad y eficiencia de los servicios prestados.

Proceso de selección. El proceso de selección se desarrollara teniendo en cuenta los perfiles, necesidades y requisitos establecidos por el Café cultural para el área administrativa, en el área operativa contaremos con el apoyo de entidades de educación técnica tales como el SENA y se hará de la siguiente manera:

- Se hará un filtro con las hojas de vidas recibidas
- Se hará una entrevista para corroborar la información descrita en las hojas de vida
- Se hará una prueba acerca de la experiencia laboral
- Se prosigue a seleccionar el personal idóneo para desempeñarse en el Café cultural.

Contratación. Se determinara tipo de contrato clausulas especiales del contrato tales como confidencialidad, duración del contrato, derechos y obligaciones del trabajador y el empleador, forma de pago, disponibilidad de tiempo.

Tipo de contrato manejado.

Contrato término fijo. Este tipo de contrato podrá prorrogarse por tres (3) veces por término igual o inferior, a partir de la cuarta prórroga el término será mínimo un (1) año, los trabajadores tendrán derecho al pago de vacaciones y prima de servicios en proporción

al tiempo laborado. Debe constar por escrito.

Cualquiera de las partes puede dar por terminado el contrato dando aviso a la otra con una anticipación mayor a treinta (30) días de la fecha de vencimiento del periodo contratado, si este aviso no se da o se da con una anticipación menor a treinta (30) días el contrato se prórroga por un periodo igual al inicial (lared.com.co).

Capacitación del personal. Se hará una capacitación cada 3 meses para todos los integrantes del Café cultural, con el fin de mejorar la eficiencia de la empresa, motivar al personal, mejorar la comunicación de la organización, generar sentido de pertenencia y mejorar el clima organizacional.

En las capacitaciones se abordan temas relacionados a higiene y seguridad, prevención de enfermedades y accidente laborales teniendo en cuenta las características riesgo propio de cada una de las actividades que desempeñan nuestro personal operario y administrativo.

La capacitación del personal se hará por medio de folletos, conferencias, cursos y se complementara material gráfico, medios audiovisuales y carteles que indiquen medidas de higiene y seguridad.

Política de salud ocupacional. El centro de acoplamiento cultural Cubara 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.

El centro de acoplamiento cultural Cubara espera que con éste compromiso se realicen todas las actividades que garantizan la salud de los trabajadores obteniéndose de

forma simultanea 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 2566 de 2009, 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.

Evaluación de desempeño. Con la evaluación de desempeño se pretende medir el rendimiento y grado de eficiencia con que el personal desarrolla las actividades propias de su cargo, grado de responsabilidad y compromiso con el Café cultural.

Para medir el grado de eficiencia de sus operarios el Café cultural maneja con sus clientes un cuestionario con una serie de preguntas acerca de la calidad del servicio prestado, grado de satisfacción, eficiencia en el desarrollo de las labores.

Función de mercadeo: el plan de mercados, sistemas de divulgación y promoción del bien o servicio, sistema de ventas.

El plan de mercado que se pretende manejar es la divulgación y promoción por cadenas radiales y periódicos, también se manejará un brochure con la información pertinente a cada uno de las puestas en escena que se realizarán en el centro de acoplamiento cultural.

Función de servicios administrativos: seguridad y mantenimiento de instalaciones

Las instalaciones donde se pondrá en funcionamiento el Centro de acoplamiento cultural Cubara cuenta con una planta en donde se manejarán equipos materiales que abarcan tanto la maquinaria de producción como los muebles y enseres por consiguiente es necesario tomar servicios por medio de contrato outsourcing con una empresa de seguridad, que brinde la protección a dichos equipos para evitar posibles hurtos.

En cuanto al mantenimiento y cuidado de instalaciones, se tomarán también servicios por medio de contrato de outsourcing para realizar todas las tareas relacionadas con el aseo de las instalaciones, con el ánimo de brindar un ambiente óptimo tanto a los trabajadores como a los clientes.

Función financiera: sistemas de contabilidad y presupuestos, políticas de financiamiento e inversiones

Tabla 16.

Nomina Contable.

NOMBRE/ DOCUMENTO	DIAS TRABAJADOS	DEVENGADO							DEDUCIDO			NETO A PAGAR
		SALARIO BASE	AUX. TRANSPORTE	SALARIO	H.E.D 25%	H.E.N 75%	R.N	TOTAL DEVENGADO	SALUD	PENSION	FONDO SOLIDARIO	
administrado	30	\$ 890,000	\$ 72,500	\$ 962,500				\$ 962,500	\$ 38,500	\$ 38,500		\$ 885,500
mesero	30	\$ 616,000	\$ 72,500	\$ 688,500				\$ 688,500	\$ 27,540	\$ 27,540		\$ 633,420
mesero	30	\$ 616,000	\$ 72,500	\$ 688,500				\$ 688,500	\$ 27,540	\$ 27,540		\$ 633,420
barra	30	\$ 616,000	\$ 72,500	\$ 688,500				\$ 688,500	\$ 27,540	\$ 27,540		\$ 633,420
			\$ 72,500	\$ 72,500				\$ 72,500	\$ 2,900	\$ 2,900		\$ 66,700
TOTAL	120	\$ 2,738,000	\$ 362,500	\$ 3,100,500	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,100,500	\$ 124,020	\$ 124,020	\$ -	\$ 2,852,460

Fuente. Autoras.

Pautas para garantizar la sostenibilidad del proyecto una vez entre en operación.

- Evaluación constante de cada uno de los procesos que se desarrollen en el Centro de acoplamiento cultural.
- Planeación estratégica.
- Evaluación constante del mercado, la competencia y los factores externos, tales como las leyes gubernamentales, los avances tecnológicos, etc.
- Crear una cultura organizacional que fomente el trabajo en equipo y el compromiso por parte de los trabajadores del café.
- Cumplir con todo lo relacionado con toda la parte legal y de impuestos que la empresa le corresponda

Marco Legal del Proyecto

Definición del tipo de organización

El centro de Acoplamiento Cultural Cubara será una sociedad anónima simplificada (S.A.S). Este tipo de sociedad fue creada por la Ley 1258 de 2008 de Sociedades por Acciones Simplificadas SAS, introduce un tipo social híbrido, con autonomía, tipicidad definida y con una regulación vinculada al régimen general de las sociedades. Este nuevo tipo de sociedad brinda las ventajas de las sociedades anónimas y les permite diseñar mecanismos de direccionamiento de sus empresas de acuerdo a las necesidades.(Servicio Nacional de Aprendizaje)

Preparación de estatutos, minutas de escrituras de constitución.**Centro de Acoplamiento Cultural Cubararas****Acto Constitutivo**

Diana Catalina Archila Peñalosa, de nacionalidad Colombiana, identificada con C.C. 1049618722, domiciliado en la ciudad de Tunja y Manuela Fernanda Forero Mejía de nacionalidad Colombiana, identificado con C.C. 1049622952, domiciliado en la ciudad de Tunja, declaran -previamente al establecimiento y a la firma de los presentes estatutos, haber decidido constituir una sociedad por acciones simplificada denominada CUBARA SAS, para realizar cualquier actividad civil o comercial lícita, por término indefinido de duración, con un capital suscrito de \$ 18.000.000, dividido en 3600 acciones ordinarias de valor nominal de \$ 5.000 cada una, que han sido liberadas en su *(totalidad o en el porcentaje correspondiente)*, previa entrega del monto correspondiente a la suscripción al representante legal designado y que cuenta con un único órgano de administración y representación, que será el representante legal designado mediante este documento.

Una vez formulada la declaración que antecede, el suscrito ha establecido, así mismo, los estatutos de la sociedad por acciones simplificada que por el presente acto se crea.

Estatutos**Capítulo I****Disposiciones generales**

Artículo 1º. Forma.- La compañía que por este documento se constituye es una sociedad por acciones simplificada, de naturaleza comercial, que se denominará CUBARA SAS, regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley 1258 de 2008 y en las demás disposiciones legales relevantes.

En todos los actos y documentos que emanen de la sociedad, destinados a terceros, la denominación estará siempre seguida de las palabras: “sociedad por acciones simplificada” o de las iniciales “SAS”.

Artículo 2º. Objeto social.- La sociedad tendrá como objeto principal la creación, gestión y promoción de las artes escénicas. Así mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero.

La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

Artículo 3º. Domicilio.- El domicilio principal de la sociedad será la ciudad de TUNJA y su dirección para notificaciones judiciales será en Avenida Maldonado N° 27 - 63. La sociedad podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la asamblea general de accionistas.

Artículo 4º. Término de duración.- El término de duración será indefinido.

Capítulo II

Reglas sobre capital y acciones

Artículo 5º. Capital Autorizado.- El capital autorizado de la sociedad es de \$18000000 pesos moneda corriente, dividido en 3600 acciones de valor nominal de \$5000 pesos moneda corriente cada una.

Artículo 6º. Capital Suscrito.- El capital suscrito inicial de la sociedad es de \$ 18 000 000 pesos moneda corriente, dividido en 3600 acciones ordinarias de valor nominal de \$5000 pesos moneda corriente cada una.

Artículo 7°. Capital Pagado.- El capital pagado de la sociedad es de \$ 18000000 pesos moneda corriente, dividido en 3600 acciones ordinarias de valor nominal de \$5000 pesos moneda corriente cada una.

Parágrafo. Forma y Términos en que se pagará el capital.- El monto de capital suscrito se pagará, en dinero efectivo, dentro de los 24 meses siguientes a la fecha de la inscripción en el registro mercantil del presente documento.

Artículo 8°. Derechos que confieren las acciones.- En el momento de la constitución de la sociedad, todos los títulos de capital emitidos pertenecen a la misma clase de acciones ordinarias. A cada acción le corresponde un voto en las decisiones de la asamblea general de accionistas.

Los derechos y obligaciones que le confiere cada acción a su titular les serán transferidos a quien las adquiriere, luego de efectuarse sucesión a cualquier título.

La propiedad de una acción implica la adhesión a los estatutos y a las decisiones colectivas de los accionistas.

Artículo 9°. Naturaleza de las acciones.- Las acciones serán nominativas y deberán ser inscritas en el libro que la sociedad lleve conforme a la ley. Mientras que subsista el derecho de preferencia y las demás restricciones para su enajenación, las acciones no podrán negociarse sino con arreglo a lo previsto sobre el particular en los presentes estatutos.

Artículo 10°. Aumento del capital suscrito.- El capital suscrito podrá ser aumentado sucesivamente por todos los medios y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. Las acciones ordinarias no suscritas en el acto de constitución podrán ser emitidas

mediante decisión del representante legal, quien aprobará el reglamento respectivo y formulará la oferta en los términos que se prevean reglamento.

Artículo 11°. Derecho de preferencia.- Salvo decisión de la asamblea general de accionistas, aprobada mediante votación de uno o varios accionistas que representen cuando menos el setenta por ciento de las acciones presentes en la respectiva reunión, el reglamento de colocación preverá que las acciones se coloquen con sujeción al derecho de preferencia, de manera que cada accionista pueda suscribir un número de acciones proporcional a las que tenga en la fecha del aviso de oferta. El derecho de preferencia también será aplicable respecto de la emisión de cualquier otra clase títulos, incluidos los bonos, los bonos obligatoriamente convertibles en acciones, las acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, las acciones con dividendo fijo anual y las acciones privilegiadas.

Parágrafo Primero.- El derecho de preferencia a que se refiere este artículo, se aplicará también en hipótesis de transferencia universal de patrimonio, tales como liquidación, fusión y escisión en cualquiera de sus modalidades. Así mismo, existirá derecho de preferencia para la cesión de fracciones en el momento de la suscripción y para la cesión del derecho de suscripción preferente.

Parágrafo Segundo.- No existirá derecho de retracto a favor de la sociedad.

Artículo 12°. Clases y Series de Acciones.- Por decisión de la asamblea general de accionistas, adoptada por uno o varios accionistas que representen la totalidad de las acciones suscritas, podrá ordenarse la emisión de acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, con dividendo fijo anual, de pago o cualesquiera otras que los accionistas decidieren, siempre que fueren compatibles con las normas legales vigentes. Una vez

autorizada la emisión por la asamblea general de accionistas, el representante legal aprobará el reglamento correspondiente, en el que se establezcan los derechos que confieren las acciones emitidas, los términos y condiciones en que podrán ser suscritas y si los accionistas dispondrán del derecho de preferencia para su suscripción.

Parágrafo.- Para emitir acciones privilegiadas, será necesario que los privilegios respectivos sean aprobados en la asamblea general con el voto favorable de un número de accionistas que represente por lo menos el 75% de las acciones suscritas. En el reglamento de colocación de acciones privilegiadas, que será aprobado por la asamblea general de accionistas, se regulará el derecho de preferencia a favor de todos los accionistas, con el fin de que puedan suscribirlas en proporción al número de acciones que cada uno posea en la fecha del aviso de oferta.

Artículo 13°. Voto múltiple.- Salvo decisión de la asamblea general de accionistas aprobada por el 100% de las acciones suscritas, no se emitirán acciones con voto múltiple. En caso de emitirse acciones con voto múltiple, la asamblea aprobará, además de su emisión, la reforma a las disposiciones sobre *quórum* y mayorías decisorias que sean necesarias para darle efectividad al voto múltiple que se establezca.

Artículo 14°. Acciones de pago.- En caso de emitirse acciones de pago, el valor que representen las acciones emitidas respecto de los empleados de la sociedad, no podrá exceder de los porcentajes previstos en las normas laborales vigentes.

Las acciones de pago podrán emitirse sin sujeción al derecho de preferencia, siempre que así lo determine la asamblea general de accionistas.

Artículo 15°. Transferencia de acciones a una fiducia mercantil.- Los accionistas podrán transferir sus acciones a favor de una fiducia mercantil, siempre que en el libro de registro de accionistas se identifique a la compañía fiduciaria, así como a los beneficiarios del patrimonio autónomo junto con sus correspondientes porcentajes en la fiducia.

Artículo 16°. Restricciones a la negociación de acciones.- Durante un término de cinco años, contado a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil de este documento, las acciones no podrán ser transferidas a terceros, salvo que medie autorización expresa, adoptada en la asamblea general por accionistas representantes del 100% de las acciones suscritas. Esta restricción quedará sin efecto en caso de realizarse una transformación, fusión, escisión o cualquier otra operación por virtud de la cual la sociedad se transforme o, de cualquier manera, migre hacia otra especie asociativa.

La transferencia de acciones podrá efectuarse con sujeción a las restricciones que en estos estatutos se prevén, cuya estipulación obedeció al deseo de los fundadores de mantener la cohesión entre los accionistas de la sociedad.

Artículo 17°. Cambio de control.- Respecto de todos aquellos accionistas que en el momento de la constitución de la sociedad o con posterioridad fueren o llegaren a ser una sociedad, se aplicarán las normas relativas a cambio de control previstas en el artículo 16 de la Ley 1258 de 2008.

Capítulo III

Órganos sociales

Artículo 18°. Órganos de la sociedad.- La sociedad tendrá un órgano de dirección, denominado asamblea general de accionistas y un representante legal. La revisoría fiscal solo será provista en la medida en que lo exijan las normas legales vigentes.

Artículo 19°. Sociedad devenida unipersonal.- La sociedad podrá ser pluripersonal o unipersonal. Mientras que la sociedad sea unipersonal, el accionista único ejercerá todas las atribuciones que en la ley y los estatutos se le confieren a los diversos órganos sociales, incluidos las de representación legal, a menos que designe para el efecto a una persona que ejerza este último cargo.

Las determinaciones correspondientes al órgano de dirección que fueren adoptadas por el accionista único, deberán constar en actas debidamente asentadas en el libro correspondiente de la sociedad.

Artículo 20°. Asamblea general de accionistas.- La asamblea general de accionistas la integran el o los accionistas de la sociedad, reunidos con arreglo a las disposiciones sobre convocatoria, quórum, mayorías y demás condiciones previstas en estos estatutos y en la ley.

Cada año, dentro de los tres meses siguientes a la clausura del ejercicio, el 31 de diciembre del respectivo año calendario, el representante legal convocará a la reunión ordinaria de la asamblea general de accionistas, con el propósito de someter a su consideración las cuentas de fin de ejercicio, así como el informe de gestión y demás documentos exigidos por la ley.

La asamblea general de accionistas tendrá, además de las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio, las contenidas en los presentes estatutos y en cualquier otra norma legal vigente.

La asamblea será presidida por el representante legal y en caso de ausencia de éste, por la persona designada por el o los accionistas que asistan.

Los accionistas podrán participar en las reuniones de la asamblea, directamente o por medio de un poder conferido a favor de cualquier persona natural o jurídica, incluido el representante legal o cualquier otro individuo, aunque ostente la calidad de empleado o administrador de la sociedad.

Los accionistas deliberarán con arreglo al orden del día previsto en la convocatoria. Con todo, los accionistas podrán proponer modificaciones a las resoluciones sometidas a su aprobación y, en cualquier momento, proponer la revocatoria del representante legal.

Artículo 21°. Convocatoria a la asamblea general de accionistas.- La asamblea general de accionistas podrá ser convocada a cualquier reunión por ella misma o por el representante legal de la sociedad, mediante comunicación escrita dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles.

En la primera convocatoria podrá incluirse igualmente la fecha en que habrá de realizarse una reunión de segunda convocatoria, en caso de no poderse llevar a cabo la primera reunión por falta de quórum.

Uno o varios accionistas que representen por lo menos el 20% de las acciones suscritas podrán solicitarle al representante legal que convoque a una reunión de la asamblea general de accionistas, cuando lo estimen conveniente.

Artículo 22°. Renuncia a la convocatoria.- Los accionistas podrán renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión determinada de la asamblea, mediante comunicación escrita enviada al representante legal de la sociedad antes, durante o después de la sesión correspondiente. Los accionistas también podrán renunciar a su derecho de inspección por medio del mismo procedimiento indicado.

Aunque no hubieren sido convocados a la asamblea, se entenderá que los accionistas que asistan a la reunión correspondiente han renunciado al derecho a ser convocados, a menos que manifiesten su inconformidad con la falta de convocatoria antes que la reunión se lleve a cabo.

Artículo 23°. Derecho de inspección.- El derecho de inspección podrá ser ejercido por los accionistas durante todo el año. En particular, los accionistas tendrán acceso a la totalidad de la información de naturaleza financiera, contable, legal y comercial relacionada con el funcionamiento de la sociedad, así como a las cifras correspondientes a la remuneración de los administradores sociales. En desarrollo de esta prerrogativa, los accionistas podrán solicitar toda la información que consideren relevante para pronunciarse, con conocimiento de causa, acerca de las determinaciones sometidas a consideración del máximo órgano social, así como para el adecuado ejercicio de los derechos inherentes a las acciones de que son titulares.

Los administradores deberán suministrarles a los accionistas, en forma inmediata, la totalidad de la información solicitada para el ejercicio de su derecho de inspección.

La asamblea podrá reglamentar los términos, condiciones y horarios en que dicho derecho podrá ser ejercido.

Artículo 24°. Reuniones no presenciales.- Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito, en los términos previstos en la ley. En ningún caso se requerirá de delegado de la Superintendencia de Sociedades para este efecto.

Artículo 25°. Régimen de quórum y mayorías decisorias: La asamblea deliberará con un número singular o plural de accionistas que representen cuando menos la mitad más

uno de las acciones suscritas con derecho a voto. Las decisiones se adoptarán con los votos favorables de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones con derecho a voto presentes en la respectiva reunión.

Cualquier reforma de los estatutos sociales requerirá el voto favorable del 100% de las acciones suscritas, incluidas las siguientes modificaciones estatutarias:

(i) La modificación de lo previsto en el artículo 16 de los estatutos sociales, respecto de las restricciones en la enajenación de acciones.

(ii) La realización de procesos de transformación, fusión o escisión.

(iii) La inserción en los estatutos sociales de causales de exclusión de los accionistas o la modificación de lo previsto en ellos sobre el particular;

(iv) La modificación de la cláusula compromisoria;

(v) La inclusión o exclusión de la posibilidad de emitir acciones con voto múltiple; y

(vi) La inclusión o exclusión de nuevas restricciones a la negociación de acciones.

Parágrafo.- Así mismo, requerirá determinación unánime del 100% de las acciones suscritas, la determinación relativa a la cesión global de activos en los términos del artículo 32 de la Ley 1258 de 2008

Artículo 26°. Fraccionamiento del voto: Cuando se trate de la elección de comités u otros cuerpos colegiados, los accionistas podrán fraccionar su voto. En caso de crearse junta directiva, la totalidad de sus miembros serán designados por mayoría simple de los votos emitidos en la correspondiente elección. Para el efecto, quienes tengan intención de postularse confeccionarán planchas completas que contengan el número total de miembros de la junta directiva. Aquella plancha que obtenga el mayor número de votos será elegida en su totalidad.

Artículo 27°. Actas.- Las decisiones de la asamblea general de accionistas se harán constar en actas aprobadas por ella misma, por las personas individualmente delegadas para el efecto o por una comisión designada por la asamblea general de accionistas. En caso de delegarse la aprobación de las actas en una comisión, los accionistas podrán fijar libremente las condiciones de funcionamiento de este órgano colegiado.

En las actas deberá incluirse información acerca de la fecha, hora y lugar de la reunión, el orden del día, las personas designadas como presidente y secretario de la asamblea, la identidad de los accionistas presentes o de sus representantes o apoderados, los documentos e informes sometidos a consideración de los accionistas, la síntesis de las deliberaciones llevadas a cabo, la transcripción de las propuestas presentadas ante la asamblea y el número de votos emitidos a favor, en contra y en blanco respecto de cada una de tales propuestas.

Las actas deberán ser firmadas por el presidente y el secretario de la asamblea. La copia de estas actas, autorizada por el secretario o por algún representante de la sociedad, será prueba suficiente de los hechos que consten en ellas, mientras no se demuestre la falsedad de la copia o de las actas.

Artículo 28°. Representación Legal.- La representación legal de la sociedad por acciones simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, accionista o no, quien no tendrá suplentes, designado para un término de un año por la asamblea general de accionistas.

Las funciones del representante legal terminarán en caso de dimisión o revocación por parte de la asamblea general de accionistas, de deceso o de incapacidad en aquellos casos en que el representante legal sea una persona natural y en caso de liquidación privada

o judicial, cuando el representante legal sea una persona jurídica.

La cesación de las funciones del representante legal, por cualquier causa, no da lugar a ninguna indemnización de cualquier naturaleza, diferente de aquellas que le correspondieren conforme a la ley laboral, si fuere el caso.

La revocación por parte de la asamblea general de accionistas no tendrá que estar motivada y podrá realizarse en cualquier tiempo.

En aquellos casos en que el representante legal sea una persona jurídica, las funciones quedarán a cargo del representante legal de ésta.

Toda remuneración a que tuviere derecho el representante legal de la sociedad, deberá ser aprobada por la asamblea general de accionistas.

Artículo 29º. Facultades del representante legal.- La sociedad será gerenciada, administrada y representada legalmente ante terceros por el representante legal, quien no tendrá restricciones de contratación por razón de la naturaleza ni de la cuantía de los actos que celebre. Por lo tanto, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad.

El representante legal se entenderá investido de los más amplios poderes para actuar en todas las circunstancias en nombre de la sociedad, con excepción de aquellas facultades que, de acuerdo con los estatutos, se hubieren reservado los accionistas. En las relaciones frente a terceros, la sociedad quedará obligada por los actos y contratos celebrados por el representante legal.

Le está prohibido al representante legal y a los demás administradores de la sociedad, por sí o por interpuesta persona, obtener bajo cualquier forma o modalidad jurídica

préstamos por parte de la sociedad u obtener de parte de la sociedad aval, fianza o cualquier otro tipo de garantía de sus obligaciones personales.

Capítulo IV

Disposiciones Varias

Artículo 30°. Enajenación global de activos.- Se entenderá que existe enajenación global de activos cuando la sociedad se proponga enajenar activos y pasivos que representen el cincuenta por ciento o más del patrimonio líquido de la compañía en la fecha de enajenación. La enajenación global requerirá aprobación de la asamblea, impartida con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión. Esta operación dará lugar al derecho de retiro a favor de los accionistas ausentes y disidentes en caso de desmejora patrimonial.

Artículo 31°. Ejercicio social.- Cada ejercicio social tiene una duración de un año, que comienza el 1° de enero y termina el 31 de diciembre. En todo caso, el primer ejercicio social se contará a partir de la fecha en la cual se produzca el registro mercantil de la escritura de constitución de la sociedad.

Artículo 32°. Cuentas anuales.- Luego del corte de cuentas del fin de año calendario, el representante legal de la sociedad someterá a consideración de la asamblea general de accionistas los estados financieros de fin de ejercicio, debidamente dictaminados por un contador independiente, en los términos del artículo 28 de la Ley 1258 de 2008. En caso de proveerse el cargo de revisor fiscal, el dictamen será realizado por quien ocupe el cargo.

Artículo 33°. Reserva Legal.- la sociedad constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento del capital suscrito, formado con el diez por ciento de las utilidades líquidas de cada ejercicio. Cuando esta reserva llegue al cincuenta por ciento

mencionado, la sociedad no tendrá obligación de continuar llevando a esta cuenta el diez por ciento de las utilidades líquidas. Pero si disminuyere, volverá a apropiarse el mismo diez por ciento de tales utilidades, hasta cuando la reserva llegue nuevamente al límite fijado.

Artículo 34°. Utilidades.- Las utilidades se repartirán con base en los estados financieros de fin de ejercicio, previa determinación adoptada por la asamblea general de accionistas. Las utilidades se repartirán en proporción al número de acciones suscritas de que cada uno de los accionistas sea titular.

Artículo 35°. Resolución de conflictos.- Todos los conflictos que surjan entre los accionistas por razón del contrato social, salvo las excepciones legales, serán dirimidos por la Superintendencia de Sociedades, con excepción de las acciones de impugnación de decisiones de la asamblea general de accionistas, cuya resolución será sometida a arbitraje, en los términos previstos en la Cláusula 35 de estos estatutos.

Artículo 36°. Cláusula Compromisoria.- La impugnación de las determinaciones adoptadas por la asamblea general de accionistas deberá adelantarse ante un Tribunal de Arbitramento conformado por un árbitro, el cual será designado por acuerdo de las partes, o en su defecto, por el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil. El árbitro designado será abogado inscrito, fallará en derecho y se sujetará a las tarifas previstas por el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil. El Tribunal de Arbitramento tendrá como sede el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil. Se regirá por las leyes colombianas y de acuerdo con el reglamento del aludido Centro de Conciliación y Arbitraje.

Artículo 37°. Ley aplicable.- La interpretación y aplicación de estos estatutos está sujeta a las disposiciones contenidas en la Ley 1258 de 2008 y a las demás normas que resulten aplicables.

Capítulo IV

Disolución y Liquidación

Artículo 38º. Disolución.- La sociedad se disolverá:

1º Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el Registro mercantil antes de su expiración;

2º Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto Social;

3º Por la iniciación del trámite de liquidación judicial;

4º Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único;

5º Por orden de autoridad competente, y

6º Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito.

Parágrafo primero.- En el caso previsto en el ordinal primero anterior, la disolución se producirá de pleno derecho a partir de la fecha de expiración del término de duración, sin necesidad de formalidades especiales. En los demás casos, la disolución ocurrirá a partir de la fecha de registro del documento privado concerniente o de la ejecutoria del acto que contenga la decisión de autoridad competente.

Artículo 39º. Enervamiento de las causales de disolución.- Podrá evitarse la disolución de la sociedad mediante la adopción de las medidas a que hubiere lugar, según la causal ocurrida, siempre que el enervamiento de la causal ocurra durante los seis meses siguientes a la fecha en que la asamblea reconozca su acaecimiento. Sin embargo, este plazo será de dieciocho meses en el caso de la causal prevista en el ordinal 6º del artículo

anterior.

Artículo 40°. Liquidación.- La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador el representante legal o la persona que designe la asamblea de accionistas.

Durante el período de liquidación, los accionistas serán convocados a la asamblea general de accionistas en los términos y condiciones previstos en los estatutos y en la ley. Los accionistas tomarán todas las decisiones que le corresponden a la asamblea general de accionistas, en las condiciones de quórum y mayorías decisorias vigentes antes de producirse la disolución.

Determinaciones relativas a la constitución de la sociedad

1. Representación legal.- Los accionistas constituyentes de la sociedad han designado en este acto constitutivo, a Manuela Fernanda Forero Mejía, identificado con el documento de identidad No. 1049622952, como representante legal de CUBARA SAS, por el término de 1 año.

Manuela Fernanda Forero Mejía participa en el presente acto constitutivo a fin de dejar constancia acerca de su aceptación del cargo para el cual ha sido designado, así como para manifestar que no existen incompatibilidades ni restricciones que pudieran afectar su designación como representante legal de CUBARA SAS.

2. Actos realizados por cuenta de la sociedad en formación.- A partir de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, CUBARA SAS, asume la totalidad de los derechos y obligaciones derivados de los siguientes actos y negocios jurídicos, realizados por cuenta de la sociedad durante su proceso de formación:

3. **Personificación jurídica de la sociedad.**- Luego de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, nombre de la empresa formará una persona jurídica distinta de sus accionistas, conforme se dispone en el artículo 2º de la Ley 1258 de 2008.

-----	-----
Manuela Forero	Diana Archila
Presidente	Socio
CC 1049622952	CC 1049618722

Requisitos y trámites de formalización de la empresa.

Pasos para Constituir y Registrar una Sociedad

-Consulta del nombre en la Cámara de Comercio: Esta consulta se realiza personalmente o a través de la Web, con el fin de verificar que no exista registrado el nombre que se asignó a la empresa.

Elaborar el documento de constitución de la sociedad con el apoyo de los modelos y minutas, teniendo en cuenta:

- Por documento privado se pueden constituir por éste las empresas que al momento de constitución no tenga activos superiores a 500 SMMLV o una planta de trabajadores no superior a 10), salvo el caso de las S.A.S. o Empresas Unipersonales.

- **Por escritura pública** (obligatorio siempre que se aporte un inmueble), el cual podrá realizar dependiendo del tipo societario:

- Solicitar PRE-RUT ante las oficinas de la DIAN o a través de su página web www.dian.gov.co

–Con el documento de constitución de la sociedad elaborado diríjase a las Oficinas del Banco Agrario de Colombia, para realizar el pago de impuesto de registro de conformidad con la Ley 223 de 1995, el cual debe ser liquidado como un acto con cuantía y sobre el 0.7% del capital social.

–Diligenciar el FORMULARIO DE REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL, el cual puede adquirir en cualquiera de nuestras oficinas.

–Anexar fotocopia del recibo de servicio público (agua, luz, gas,), cuya dirección de domicilio corresponda a la indicada en el PRE-RUT.

–Con los documentos antes mencionados diríjase a cualquiera de las Oficinas de nuestra Entidad para radicarlos (En caja en Cámara de Comercio los constituyentes deben hacer presentación personal, si los mismos no lo hicieron ante Notario). En caja el funcionario la nuestra Entidad liquidará los derechos de inscripción a cancelar, de acuerdo a los activos(Camara de Comercio de Tunja, 2012)

Trámites y permisos de funcionamiento: patentes, licencias y otros.

Haciendo las respectivas investigaciones, se concluyó que para el funcionamiento del Centro de acoplamiento Cultural, no se requiere permisos en lo que concierne a patentes y licencias, vale aclarar, que respecto a los derechos de autor, en el caso que las canciones interpretadas no sean compuestas por el artista, estos costos los asume el mismo, o bien puede incluirse en el costo de prestación del servicio.

Estudio Financiero

Marco teórico y conceptual del estudio financiero

La sistematización consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse del estudio previo. Este estudio tiene como objeto

determinar cuál es el monto de los recursos económicos para la ejecución del proyecto y los costos totales de operación del proceso productivo y el monto de los ingresos que se aspira recibir en cada uno de los periodos. Los datos que son registrados en el estudio financiero so el resultado de los estudios previos de mercado, técnico y organizacional, los cuales van a ser utilizados para determinar la viabilidad económica del proyecto.

Metodología del estudio financiero

Ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.

Presupuesto de inversiones: inversiones fijas, capital de trabajo, fuentes de financiamiento

Tabla 17.

Inversiones Fijas.

Inversiones Fijas		
Maquinaria y equipo	3347857	334786
Muebles y enceres	2177254	217725
Total	5525111	552511

Fuente. Autoras

Las inversiones fijas necesarias para la puesta en marcha de proyecto son **\$5.525,111** correspondiente de maquinaria y equipo, muebles y enceres necesarios para cumplir con la producción.

Tabla 18.*Gastos anuales de administración.*

Gastos Anuales Administración				
Actividad	Mensual	Cantidad	Anual	
Servicios Públicos	\$ 300,000.00	12.00	720,000	
Arriendos	\$ 600,000.00	12.00	1,440,000	
Gastos Varios	\$ 50,000.00	12.00	600,000	
Nomina Administración	\$ 890,800.00	12.00	10,689,600	
Contratación Prestación servicios	\$ 407,490.37	12.00	4,889,884	
Total	\$ 2,248,290.37		18,339,484	

Fuente. Autoras.

Tabla 19.*Capital de trabajo.*

Capital de trabajo	
Diana Archila	1200000
Manuela Forero	1200000

Fuente. Autoras.

Se presupuesta una capital de trabajo de\$ **23, 864,595.48** sumando de capital para la puesta en marcha, y las inversiones fijas en maquinaria y equipo más muebles y encerres, lo cual se financiaría por medio de los aportes de los dueños del centro de acoplamiento cultural, acordados en \$12.000,000 por cada una

Costos de producción: costos de fabricación, gastos administrativos, otros gastos indirectos.

Tabla 20.*Costos anuales de fabricación.*

Costos Anual fabricación	
costos insumos	15724.34
Precio de Venta Estimado	48500
Ventas Proyectadas	48600
Ingreso Operacionales	130934545
Costos Totales	42455718
Ingresos Netos	88478827

Fuente. Autoras.

Tabla 21.*Gastos Anuales de administración.*

Gastos Anuales Administración				
Actividad	Mensual	Cantidad	Anual	
Servicios Públicos	\$ 300,000.00	12.00	720,000	
Arriendos	\$ 600,000.00	12.00	1,440,000	
Gastos Varios	\$ 50,000.00	12.00	600,000	
Nomina Administración	\$ 890,800.00	12.00	10,689,600	
Contratación Prestación servicios	\$ 407,490.37	12.00	4,889,884	
TOTAL	\$ 2,248,290.37		18,339,484	

Fuente. Autoras.

Tabla 22.*Otros Gastos Indirectos.*

Otros Gastos Indirectos		
Tramite	Valor	Entidad
Registro Cámara de Comercio	\$ 250,000.00	Cámara Comercio
Adecuación	\$ 2,000,000.00	
Papelería	\$ 500,000.00	
Total	\$ 2,750,000.00	

Fuente. Autoras

Ingresos y flujo de producción.**Tabla 23.***Ingresos y flujo de producción.*

Ingresos y Flujo de Producción					
Ventas	20000	30000	42,175.62	\$ 54,828.31	\$92,659.84
Ingresos Operacionales	\$ 53,888,888.89	\$80,833,333.33	\$113,639,872.13	\$147,731,833.7	\$249,666,799.0
Costo Variable	\$ 17,471,488.79	\$26,207,233.19	\$36,843,545.92	\$47,896,609.70	\$80,945,270.39
Costo Fijo	\$ 76,796,326.21	\$76,796,326.21	\$76,796,326.21	\$76,796,326.21	\$76,796,326.21
Costo Total	\$ 94,267,815.00	\$103,003,559.40	\$113,639,872.13	\$124,692,935.9	\$157,741,596.6
Utilidad	\$ (40,378,926.11)	\$(22,170,226.07)	\$-	\$23,038,897.86	\$91,925,202.47

Fuente. Autoras.

Balance de inicio del proyecto.**Tabla 24.***Balance de Inicio.*

BALANCE GENERAL	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo						
Efectivo	0	11.427.740	56.415.994	147.473.645	308.977.177	576.792.133
Cuentas X Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	0	0	0	0	0
Inventarios de Producto en Proceso	0	0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	0	0	0	0	0	0
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados	0	0	0	0	0	0
Total Activo Corriente:	0	11.427.740	56.415.994	147.473.645	308.977.177	576.792.133
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo de Operación	5.525.111	4.972.600	4.420.089	3.867.578	3.315.067	2.762.556
Muebles y Enseres	0	0	0	0	0	0
Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina	0	0	0	0	0	0
Semoventes pie de cria	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Total Activos Fijos:	5.525.111	4.972.600	4.420.089	3.867.578	3.315.067	2.762.556
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
ACTIVO	5.525.111	16.400.340	60.836.083	151.341.223	312.292.244	579.554.688
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	3.588.826	15.848.108	35.096.572	64.695.706	109.546.189
Acreedores Varios	0	0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Otros pasivos a LP	0	0	0	0	0	0
Obligacion Fondo Empreder (Contingente)	-18.474.889	-18.474.889	-18.474.889	-18.474.889	-18.474.889	-18.474.889
PASIVO	-18.474.889	-14.886.063	-2.626.781	16.621.683	46.220.817	91.071.300
Patrimonio						
Capital Social	24.000.000	24.000.000	24.000.000	24.000.000	24.000.000	24.000.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	728.640	3.946.286	11.071.954	12.000.000
Utilidades Retenidas	0	0	6.557.763	35.516.578	99.647.586	230.071.428
Utilidades del Ejercicio	0	7.286.403	32.176.461	71.256.676	131.351.887	222.411.960
Revalorizacion patrimonio	0	0	0	0	0	0
PATRIMONIO	24.000.000	31.286.403	63.462.865	134.719.540	266.071.428	488.483.388
PASIVO + PATRIMONIO	5.525.111	16.400.340	60.836.083	151.341.223	312.292.244	579.554.688

Fuente. Autoras.

Flujo de fondos del proyecto: flujo neto de caja, flujo de financiación, flujo con y sin financiación, flujo incremental.

Tabla 25

Flujo de fondos del proyecto.

CONCEPTO	PERIODO	2014		2015		2016		2017		2018		2019
		0	1	2	3	4	5	6				
I. INGRESOS TOTALES			\$ 130,934,544.79	\$ 170,214,908.23	\$ 221,279,380.70	\$ 287,663,194.91	\$ 373,962,153.38	\$ 486,150,799.39				
INGRESOS POR VENTAS			\$ 130,934,544.79	\$ 170,214,908.23	\$ 221,279,380.70	\$ 287,663,194.91	\$ 373,962,153.38	\$ 486,150,799.39				
OTROS INGRESOS			0	0	0	0	0	0				0
II. EGRESOS TOTALES			\$ 119,252,043.98	\$ 139,666,725.59	\$ 164,243,361.34	\$ 193,947,941.02	\$ 229,990,721.39	\$ 273,891,499.27				
1. COSTOS DE FABRICACION			\$ 78,821,032.33	\$ 90,948,707.34	\$ 105,138,264.21	\$ 121,765,713.99	\$ 141,278,633.42	\$ 164,210,114.40				
1.1 COSTOS DIRECTOS			\$ 75,941,032.33	\$ 87,780,707.34	\$ 101,653,464.21	\$ 117,932,433.99	\$ 137,062,025.42	\$ 159,571,845.60				
MATERIAS PRIMAS			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -				
MATERIALES DIRECTOS			\$ 42,455,717.77	\$ 50,946,861.33	\$ 61,136,233.59	\$ 73,363,480.31	\$ 88,036,176.37	\$ 105,643,411.64				
MANO DE OBRA DIRECTA			\$ 22,993,920.00	\$ 25,293,312.00	\$ 27,822,643.20	\$ 30,604,907.52	\$ 33,665,398.27	\$ 37,031,938.10				
PRESTACIONES SOCIALES MOD			\$ 5,408,505.60	\$ 5,949,356.16	\$ 6,544,291.78	\$ 7,198,720.95	\$ 7,918,593.05	\$ 8,710,452.35				
PARAFISCALES MOD			\$ 5,082,888.96	\$ 5,591,177.86	\$ 6,150,295.64	\$ 6,765,325.21	\$ 7,441,857.73	\$ 8,186,043.50				
OTROS MATERIALES DIRECTOS			0	0	0	0	0	0				0
1.2 GASTOS DE FABRICACION			\$ -	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0				0
MATERIALES INDIRECTOS			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -				-
MANO DE OBRA INDIRECTA			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -				-
PRESTACIONES SOCIALES			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -				-
1.3 OTROS GASTOS INDIRECTOS			\$ 2,880,000.00	\$ 3,168,000.00	\$ 3,484,800.00	\$ 3,833,280.00	\$ 4,216,608.00	\$ 4,638,268.80				
DEPRECIACION DE FABRICA			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -				-
SERVICIOS			\$ 2,880,000.00	\$ 3,168,000.00	\$ 3,484,800.00	\$ 3,833,280.00	\$ 4,216,608.00	\$ 4,638,268.80				
MATENIMIENTO			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -				-
SEGUROS DE FABRICA			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -				-
IMPUESTOS INDIRECTOS DE FABRICA			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -				-
AMORTIZACION DE DIFERIDOS			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -				-
OTROS (intereses bancarios)			0	0	0	0	0	0				0
2. GASTOS DE ADMINISTRACION			\$ 40,251,011.65	\$ 48,538,018.24	\$ 58,925,097.13	\$ 72,002,227.03	\$ 88,532,087.97	\$ 109,501,384.87				
SUELDOS			\$ 11,651,600.00	\$ 12,816,760.00	\$ 14,098,436.00	\$ 15,508,279.60	\$ 17,059,107.56	\$ 18,765,018.32				
PRESTACIONES SOCIALES			\$ 4,889,884.48	\$ 5,378,872.93	\$ 5,916,760.22	\$ 6,508,436.24	\$ 7,159,279.87	\$ 7,875,207.85				
DEPRECIACIONES ADMINISTRATIVAS			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -				-
SEGUROS			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -				-
IMPUESTOS			\$ 20,949,527.17	\$ 27,234,385.32	\$ 35,404,700.91	\$ 46,026,111.19	\$ 59,833,944.54	\$ 77,784,127.90				
Servicios Publicos			\$ 720,000.00	\$ 864,000.00	\$ 1,036,800.00	\$ 1,244,160.00	\$ 1,492,992.00	\$ 1,791,590.40				
Arriendos			\$ 1,440,000.00	\$ 1,584,000.00	\$ 1,742,400.00	\$ 1,916,640.00	\$ 2,108,304.00	\$ 2,319,134.40				
OTROS (Papelería)			\$ 600,000.00	\$ 660,000.00	\$ 726,000.00	\$ 798,600.00	\$ 878,460.00	\$ 966,306.00				
3. GASTOS DE VENTAS			\$ 180,000.00	\$ 180,000.00	\$ 180,000.00	\$ 180,000.00	\$ 180,000.00	\$ 180,000.00				
GASTOS DE COMERCIALIZACION			\$ 180,000.00	\$ 180,000.00	\$ 180,000.00	\$ 180,000.00	\$ 180,000.00	\$ 180,000.00				
GASTOS DE DISTRIBUCION			\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00				0.00
III. FLUJO DE CAJA ANTES DE IMPUESTOS			\$ 11,682,500.81	\$ 30,548,182.64	\$ 57,036,019.36	\$ 93,715,253.89	\$ 143,971,432.00	\$ 212,259,300.13				
MENOS IMPUESTOS DIRECTOS			\$ 3,855,225.27	\$ 10,080,900.27	\$ 18,821,886.39	\$ 30,926,033.78	\$ 47,510,572.56	\$ 70,045,569.04				
IV. FLUJO DE CAJA DESPUES DE IMPUESTOS			\$ 7,827,275.55	\$ 20,467,282.37	\$ 38,214,132.97	\$ 62,789,220.11	\$ 96,460,859.44	\$ 142,213,731.08				
MENOS RESERVA LEGAL (10% FCDI)			\$ 782,727.55	\$ 2,046,728.24	\$ 3,821,413.30	\$ 6,278,922.01	\$ 9,646,085.94	\$ 14,221,373.11				
V. FLUJO DE CAJA DESPUES DE RESERVAS LEGALES			\$ 7,044,547.99	\$ 18,420,554.13	\$ 34,392,719.67	\$ 56,510,298.10	\$ 86,814,773.49	\$ 127,992,357.98				
MENOS COSTOS DE INVERSION		\$ 23,864,595.48	\$ 5,525,111.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -				
INVERSIONES FIJAS		\$ 5,525,111.00	\$ 5,525,111.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -				
INVERSIONES DIFERIDAS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -				
CAPITAL DE TRABAJO		\$ 18,339,484.48	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -				
MAS DEPRECIACION		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -				
PRESTAMOS RECIBIDOS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -				
RESERVA LEGAL		\$ 782,727.55	\$ 2,046,728.24	\$ 3,821,413.30	\$ 6,278,922.01	\$ 9,646,085.94	\$ 14,221,373.11	\$ -				
AMORTIZACION DIFERIDA		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -				
AMORTIZACIONES PAGADAS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -				
VALOR DE SALVAMENTO		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -				
SALDO ANTERIOR		\$ -	\$ -	\$ 2,302,164.55	\$ 22,769,446.92	\$ 60,983,579.89	\$ 123,772,800.00	\$ 220,233,659.43				
VI. FLUJO DE CAJA NETO		\$ 23,864,595.48	\$ 2,302,164.55	\$ 20,467,282.37	\$ 38,214,132.97	\$ 62,789,220.11	\$ 96,460,859.44	\$ 142,213,731.08				

Fuente. Autoras.

Cálculo de indicadores para evaluación financiera del proyecto: TIO, VPN, TIR, RBC, PRI.

Tabla 26.

Cálculos de indicadores.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Supuestos Macroeconómicos						
Variación Anual IPC		4,00%	3,25%	3,01%	3,02%	3,02%
Devaluación		8,00%	2,28%	4,55%	-2,74%	0,87%
Variación PIB		5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DTF ATA		8,63%	7,94%	7,08%	6,33%	5,59%
Supuestos Operativos						
Variación precios		N.A.	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%
Variación Cantidades vendidas		N.A.	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%
Variación costos de producción		N.A.	15,6%	15,8%	16,0%	16,2%
Variación Gastos Administrativos		N.A.	20,6%	21,4%	22,2%	23,0%
Rotación Cartera (días)		0	0	0	0	0
Rotación Proveedores (días)		0	0	0	0	0
Rotación inventarios (días)		0	0	0	0	0
Indicadores Financieros Projectados						
Liquidez - Razón Corriente		9,74	4,16	4,28	4,73	5,19
Prueba Acida		10	4	4	5	5
Rotacion cartera (días)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Rotación Inventarios (días)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Rotacion Proveedores (días)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Nivel de Endeudamiento Total		79,2%	43,4%	28,8%	22,5%	19,3%
Concentración Corto Plazo		0	1	1	1	1
Ebitda / Gastos Financieros		271,8%	1507,0%	4669,8%	13543,8%	48231,7%
Ebitda / Servicio de Deuda		139,3%	672,5%	1699,8%	3606,3%	7090,7%
Rentabilidad Operacional		8,7%	25,8%	39,4%	50,3%	59,1%
Rentabilidad Neta		3,7%	16,1%	25,8%	33,4%	39,5%
Rentabilidad Patrimonio		100,0%	86,3%	66,6%	55,4%	48,5%
Rentabilidad del Activo		20,8%	48,9%	47,4%	42,9%	39,1%
Flujo de Caja y Rentabilidad						
Flujo de Operación		11.427.740	46.193.459	91.939.081	162.076.671	268.111.649
Flujo de Inversión	-20.000.000	0	0	0	0	0
Flujo de Financiación	20.000.000	-8.204.647	-7.223.512	-6.289.297	-5.451.582	-4.689.402
Flujo de caja para evaluación	-20.000.000	11.427.740	46.193.459	91.939.081	162.076.671	268.111.649
Flujo de caja descontado	-20.000.000	9.684.525	33.175.423	55.956.963	83.597.344	117.194.073
Criterios de Decisión						
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor		18%				
TIR (Tasa Interna de Retorno)		170,82%				
VAN (Valor actual neto)		279.608.329				
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)		0,17				
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación), en meses		3 mes				
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)		100,00%				
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)		10 mes				
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)		22 mes				

Fuente. Autoras.

Tasa mínima de rendimiento es la tasa de 18% utilizada para todos los proyectos de rentabilidad.

Tasa Interna de Retorno (TIR): quiere decir que el proyecto genera una rentabilidad a largo plazo del 171%, lo que es bueno para tomar la decisión de reinvertir en el proyecto.

Valor presente neto: el VAN del proyecto fue igual a 279, 608,329 según esto el proyecto es aceptable ya que la inversión genera ganancias sobre la rentabilidad.

Periodo de recuperación de inversión: el PRI es de 0.17% es decir que el periodo de recuperación de inversión es de tres meses.

Conclusiones

- En este proyecto se aborda la didáctica desde una dimensión socio gerencial, como un discurso propio de administración, en su entorno permitiéndole reflejar en la sociedad como funciona y se mueve el mercado dentro de la ciudad y cuán importante es el desarrollo de nuevos mercados para fortalecer la economía de la misma.

- Con la realización y análisis de mercado se determinó que es factible la puesta en marcha del Centro de acoplamiento cultural “CUBARA” en la ciudad de Tunja.

- De acuerdo a los resultados obtenidos del estudio de mercado se determinó que nuestra población objetivo será la población estudiantil de 18 a 35 años de la ciudad de Tunja que hayan utilizado y utilicen servicios de Café-bar con manifestaciones artísticas.

- La publicidad es importante para que los clientes potenciales conozcan el servicio ofrecido por esta razón se realizará utilizando: periódicos, folletos, internet y radio.

- Se ve como oportunidad de negocio la creación de un Centro de acoplamiento cultural, tomando como base la demanda insatisfecha encontrada.

- Dentro del análisis financiero se determinó que en una proyección de 5 años, la empresa deriva una TIR de 171%., un VPN de \$279.608.329 una tasa mínima de rendimiento del 18%; y un periodo de recuperación de 0.17% lo cual permite asegurar la viabilidad de la creación del Centro de acoplamiento cultural “Cubara” en la ciudad de Tunja.

Recomendaciones

– Promover en la ciudad de Tunja, la participación de manifestaciones artísticas por medio de gestión cultural, o como espectador de las mismas, trayendo nuevos enfoque empresariales en el campo artístico

– La calidad del servicio depende en su mayoría del personal en servicio al cliente por esto se debe prestar atención en la capacitación y evaluación del personal.

– Es de gran valor crear alianzas con los artistas y fundaciones culturales de la ciudad de Tunja, y municipios cercanos para garantizar, los eventos artísticos planeados para el café cultural.

Bibliografía

Miranda Miranda, Juan José. (2005). Gestión de Proyectos. M&M Editores. Quinta edición.

Bogotá.

Sapagchain, Nassir. (2000). Preparación y Evaluación de Proyectos. McGraw-Hill

Interamericana de Chile Ltda. Cuarta edición.

Ruiz Gutiérrez, Jaime Alberto (2009). Gestión y Cultural En Tres Actos. UniandesEditores.

Primera edición. Bogotá..

Red Colombiana de Teatro en Comunidad. (2006). Red Colombiana de Teatro en

Comunidad ediciones. Primera Edición. Medellín.

Dane. Disponible (en liana). URL: <http://www.dane.gov.co/>

Toma Café. Disponible (en línea). URL: <http://tomacafe.org/>.

Anexos

Anexo 1 Encuesta

Centro de Encuentro Cultural

El objetivo de esta encuesta es determinar la factibilidad de un centro de encuentro, a través de un café cultural, por medio de los estudio de gustos, preferencias, productos y servicios que en el café desea encontrar.

Agradecemos que sus respuestas sean lo más sinceras para lograr veracidad en nuestra investigación.

Nombre _____ Sexo F__ M__ Edad _____

1. ¿Le gustaría que en la ciudad de Tunja, existiera un espacio donde la cultura y el café se unieran?
Sí _____ No _____

2. ¿Conoce usted la existencia de un café cultural en la ciudad de Tunja?
Si _____ Cual? _____ No _____

3. Participaría en las distintas actividades culturales que se desarrollen en un café cultural?
Sí _____ No _____

Si la respuesta de la anterior pregunta fue afirmativa siga con la 4ta pregunta, si fue negativa continúe con la 5ta.

4. ¿De qué manera participaría en las diferentes actividades culturales?
 - a) Como artista (música, teatro, Danza)
 - b) Como expositor
 - c) Como espectador

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio dentro de un café-bar donde se realicen actividades culturales?
 - a) Menos de \$ 5.000
 - b) De \$ 5.000 a \$10.000
 - c) De \$ 10.000 a \$ 20.000
 - d) De \$ 20.000 a \$ 40.000
 - e) Más de \$ 40.000

6. Cuando usted sale a un café-bar que le es mas conveniente, clasifique el orden de importancia siendo uno (1) el mas relevante y cinco (5) el de menos.
____ La cercanía
____ La forma del lugar
____ La calidad del producto

- ___ La gente que acude al lugar
___ Actividades que se realicen en el lugar

7. ¿Qué es lo más importante para usted dentro de un café-bar?
- Precio
 - Música
 - Ambientación
 - Agilidad en el servicio
 - Otro, Cual? _____
8. ¿Qué le gustaría encontrar en un café cultural? Seleccione varias opciones
- Variedad de cafés
 - Cocteles
 - Licores
 - Aromáticas
9. ¿Qué actividades le gustaría encontrar en el café cultural?
- Grupos de teatro
 - Tertulias
 - Ciclos de cine
 - Exposiciones (fotografía, pintura, escultura)
 - Música en vivo
 - Otro, cual? _____
10. Clasifique en qué orden de importancia es para usted las actividades culturales, siendo 5 el más importante y 1 el menos importante?
- ___ Exposiciones
___ Teatro
___ Danzas
___ Cine
___ Literatura
11. ¿Con que frecuencia a la semana visita usted un café-bar?
- Una a dos veces por semana
 - Tres a cinco veces por semana
 - Todos los días
 - Ninguna
12. ¿para usted en qué lugar le gustaría que este ubicado el café cultural?
- Centro

- b) Santa Inés
- c) Cerca de Unicentro
- d) Muiscas
- e) otro Cual? _____

AGRADECEMOS SU ATENCIÓN

Anexo 2. Encuesta por internet

ENCUESTA PARA UN CENTRO CULTURAL EN LA CIUDAD DE TUNJA

El estudio de esta encuesta es una herramienta fundamental para el estudio y desarrollo de un centro cultural en la ciudad de Tunja, que permita identificar las necesidades, intereses, expectativas y prioridades de la comunidad de la ciudad.

Objetivo:

Identificar:

- Necesidades
- Intereses

Fecha:

¿Es un estudiante de la Universidad de Tunja, o bien un egresado de la misma o un miembro de la familia?

- Sí
- No

¿Asume usted la responsabilidad de este estudio en la ciudad de Tunja?

¿Compartiría información?

- Sí
- No

¿Sí, en:

¿Participaría en algunas actividades culturales que se desarrollaran en el centro cultural?

- Sí
- No

¿Algunas de las participaciones en las diferentes actividades culturales?

- Todas estas (artes, teatro, música)
- Todas las artes
- Todas las músicas
- Todas las participaciones

¿Sí, en:

¿Cuáles serían algunas actividades culturales que se desarrollaran en el centro cultural de la ciudad de Tunja?





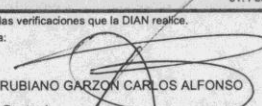
¿Participaría en algunas actividades culturales que se desarrollaran en el centro cultural?

Sí


No

No sé

Anexo 3. Registro único tributario

 Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal		 001																																						
Espacio reservado para la DIAN 		2. Concepto: 02 Actualización 4. Número de formulario: 14265364784  (415)7707212489984(8020) 000001426536478 4																																						
5. Número de Identificación Tributaria (NIT): 1 0 4 9 6 2 2 9 5 3 6. DV: 3 12. Dirección seccional: Impuestos y Aduanas de Tunja		14. Buzón electrónico: 29																																						
IDENTIFICACION																																								
24. Tipo de contribuyente: Persona natural o sucesión ilíquida 25. Tipo de documento: Cédula de ciudadanía 26. Número de identificación: 1 0 4 9 6 2 2 9 5 3 27. Fecha expedición: 1 9 8 3 0 5 0 3		Lugar de expedición: COLOMBIA 28. País: COLOMBIA 29. Departamento: Boyacá 30. Ciudad/Municipio: Socotá 31. Primer apellido: FORERO 32. Segundo apellido: MEJIA 33. Primer nombre: MANUELA 34. Otros nombres: FERNANDA																																						
35. Razón social: CENTRO DE ACOPIO CULTURAL 36. Nombre comercial: CENTRO DE ACOPIO CULTURAL 37. Sigla:																																								
UBICACION																																								
38. País: COLOMBIA 39. Departamento: Boyacá 40. Ciudad/Municipio: Tunja		41. Dirección: CL 16 11 32 42. Correo electrónico: centrodeacopiocultural@gmail.com 43. Apartado aéreo: 44. Teléfono 1: 3 0 1 7 9 6 8 2 1 6 45. Teléfono 2:																																						
CLASIFICACION																																								
Actividad económica 46. Código: 1 8 1 1 47. Fecha inicio actividad: 2 0 1 0 0 2 1 8 48. Código: 4 7 6 1 49. Fecha inicio actividad: 2 0 1 0 0 2 1 8		Ocupación 50. Código: 1 2 51. Código: 7 3 1 0 4 7 4 1 52. Número establecimientos: 1																																						
Responsabilidades																																								
53. Código: 1 2 <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td><td>16</td><td>17</td><td>18</td></tr> <tr><td>1</td><td>2</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	1	2																	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18																							
1	2																																							
12- Ventas régimen simplificado																																								
Usuarios aduaneros 54. Código: <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10											Exportadores 55. Forma: <input type="checkbox"/> 56. Tipo: <input type="checkbox"/> 57. Modo: <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 58. CPC: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>																		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10																															
Para uso exclusivo de la DIAN																																								
59. Anexos: SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> 60. No. de Folios: 1 61. Fecha: 2 0 1 3 1 1 2 1		Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada:  984. Nombre: RUBIANO GARZON CARLOS ALFONSO 985. Cargo: Gestor I																																						
La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia corresponden exactamente a la realidad; por lo anterior, cualquier falsedad en que incurra podrá ser sancionada. Artículo 15 Decreto 2788 del 31 de Agosto de 2004. Firma del solicitante:																																								

Anexo 4. Cámara de comercio

CCT	1786043
CAMARA DE COMERCIO DE TUNJA	
CERTIFICADO DE MATRICULA MERCANTIL	
Número de operación: 01C040303037 Fecha: 20140303 Hora: 16:03:39 Pag: 1/1	
	
Cámara de Comercio de Tunja	
<p>CERTIFICADO DE MATRICULA DE PERSONA NATURAL LA CAMARA DE COMERCIO DE TUNJA , CON FUNDAMENTO EN LAS MATRICULAS DEL REGISTRO MERCANTIL, CERTIFICA:</p>	
<p>NOMBRE : FORERO MEJIA MANUELA FERNANDA</p>	
<p>C.C. : 0001049622953 N.I.T.:00001049622953-3</p>	
<p>MATRICULA NO: 00103778 DEL 18 DE FEBRERO DE 2010 'A F I L I A D O' DIRECCION: CALLE 16 11-32 TELEFONO 1 : 7422056 BARRIO : SANTA BARBARA MUNICIPIO : TUNJA</p>	
CERTIFICA :	
<p>DIRECCION DE NOTIFICACION JUDICIAL : CALLE 16 11-32 TELEFONO NOTIFICACION JUDICIAL: 7422056 BARRIO NOTIFICACION: SANTA BARBARA MUNICIPIO : TUNJA E-MAIL COMERCIAL:centrodeacopiocultural@gmail.com</p>	
<p>E-MAIL NOTIFICACION JUDICIAL: _____</p>	
CERTIFICA :	
<p>RENOVACION DE LA MATRICULA: EL 12 DE FEBRERO DE 2014 ULTIMO AÑO RENOVADO : 2014</p>	

<p>ACTIVIDAD PRINCIPAL: 1811 GESTOR DE ACTIVIDADES CULTURALES</p>	
<p>ACTIVIDAD SECUNDARIA: 4761 VENTA DE PRODUCTOS DE CAFETERÍA</p>	
<p>ACTIVIDAD ADICIONAL 1: 7310 PROMOCIÓN DE EVENTOS CULTURALES Y DE ESPARCIMIENTO</p>	
<p>ACTIVIDAD ADICIONAL 2: 4741</p>	
<p>TOTAL ACTIVOS : \$ 2,200,000.00</p>	
CERTIFICA :	

Anexo 5. Logo

