

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ESTABLECIMIENTO TIPO
BAR, PARA LA ELABORACIÓN Y VENTA DE CÓCTELES DE FRUTAS A BASE DE
VICHE EN EL DISTRITO DE BUENAVENTURA.

CARLOS ALONSO ARCE ANGULO

MARTHA LORENA ZAMORA BALLESTEROS

UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE PACÍFICO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BUENAVENTURA, VALLE DEL CAUCA

2021

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ESTABLECIMIENTO TIPO
BAR, PARA LA ELABORACIÓN Y VENTA DE CÓCTELES DE FRUTAS A BASE DE
VICHE EN EL DISTRITO DE BUENAVENTURA.

Proyecto de Grado para optar el Título de Administrador@ de empresas

CARLOS ALONSO ARCE ANGULO

MARTHA LORENA ZAMORA BALLESTEROS

ASESOR: URBANO MOSQUERA ANGULO

Economista Industrial

UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE PACIFICO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BUENAVENTURA, VALLE DEL CAUCA

2021

Nota de aceptación

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

Contenido

1. INTRODUCCIÓN.....	8
LISTA DE TABLAS	9
2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	13
2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
2. OBJETIVOS.....	16
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	16
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
3. JUSTIFICACIÓN	17
4. MARCO DE REFERENCIA	19
4.1 MARCO CONTEXTUAL.....	19
4.1.1 PRINCIPALES BENEFICIOS DE LAS FRUTAS	23
4.2 ESTADO DEL ARTE	25
4.3 MARCO TEÓRICO	28
4.3.1 ANTECEDENTES DE ESTUDIO	28
4.3.2 TEORÍA DEL EMPRESARIO DE KIRZNER.....	34
4.3.3 SABERES Y SABORES DEL PACIFICO COLOMBIANO	34
4.4 MARCO LEGAL.....	35
4.4.1 LEYES DE EMPRENDIMIENTO.....	36
4.4.2 DECRETOS REGULADORES SOBRE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS. ..	37
4.4.3 TÍTULOS Y ARTÍCULOS EN EL CÓDIGO DE COMERCIO ACERCA DEL EMPRENDIMIENTO.	38
4.5 MARCO CONCEPTUAL	38
5. ASPECTOS METODOLÓGICOS	39
5.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	39
5.1.1 TIPO DE ESTUDIO	40
5.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	40
5.3 POBLACIÓN Y MUESTRA	41
5.4 FUENTES DE INFORMACIÓN	41
5.4.1 FUENTES PRIMARIAS	41
5.4.2 FUENTES SECUNDARIAS.....	42
5.4.3 FUENTES Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	42
5.4.4 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	43

5.4.5 TÉCNICA ESTADÍSTICAS.....	43
5.4.6 PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	44
6. ESTUDIO DE MERCADO.....	45
6.1 OBJETIVOS.....	45
6.1.1 GENERAL.....	45
6.1.2 ESPECÍFICOS.....	45
6.2 CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN.....	45
6.2.1 POBLACIÓN.....	45
6.2.2 INGRESOS.....	47
6.2.3 COSTUMBRES.....	48
6.3 NATURALEZA Y USO DEL PRODUCTO.....	50
6.3.1 NATURALEZA.....	50
6.3.2 CLASIFICACIÓN DEL PRODUCTO.....	50
6.3.3 VENTAJAS.....	51
6.3.4 PRODUCTOS SUSTITUTOS Y COMPLEMENTARIOS.....	51
6.4 EXTENSIÓN GEOGRÁFICA A CUBRIR.....	51
6.4.1 EXTENSIÓN GEOGRÁFICA.....	51
6.5 ANÁLISIS DE LA PROYECCIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA.....	52
6.5.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA HISTÓRICA.....	52
6.5.2 DEMANDA ACTUAL.....	52
6.5.3 PRONÓSTICO DE LA DEMANDA FUTURA.....	55
6.5.4 ANÁLISIS DE LA ENCUESTA.....	56
6.5.5 ESTUDIO DE LA OFERTA.....	65
6.6 POLÍTICA DE PRECIOS.....	69
6.7 ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA COMPETENCIA.....	69
6.8 PRÁCTICAS DE COMERCIALIZACIÓN.....	70
6.8.1 CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN.....	70
6.8.2 CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	71
6.8.3 PRÁCTICAS DE COMERCIALIZACIÓN.....	71
6.8.5 ESLOGAN CÓCTEL PACIFIC.....	73
6.8.6 ESQUEMA DE COMERCIALIZACIÓN.....	73
7. ESTUDIO TÉCNICO.....	76
7.1 OBJETIVO GENERAL.....	76
7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	76
7.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO.....	76
7.4 DIAGRAMA DE PROCESOS.....	78

7.5 DETERMINACIÓN DE HERRAMIENTAS, TECNOLOGÍA Y EQUIPOS.....	78
7.5.1 GASTOS DEL PROCESO PRODUCTIVO.....	78
7.5.2 HERRAMIENTAS PARA EL PROCESO PRODUCTIVO.....	81
7.5.3 MATERIA PRIMA E INSUMOS.....	84
7.5.4 ELEMENTOS DE PROTECCIÓN PERSONAL Y DOTACIÓN EN EL PROCESO DE FABRICACIÓN	86
7.6 ATENCIÓN AL PÚBLICO	87
7.6.1 DIAGRAMA DE FLUJO.....	88
7.6.2 ASISTENCIAS NECESARIAS EN EL PROCESO DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA LÍNEA DE CÓCTELES DE CÓCTEL PACIFIC	88
7.7 CAPACIDAD INSTALADA	88
7.7.1 COSTO REQUERIDO PARA LA INSTALACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS EQUIPOS.	89
7.7.2 ARRENDAMIENTO	90
7.7.3 PERSONAL Y COSTO NECESARIO PARA EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES.	90
7.9 TAMAÑO Y ALCANCE DEL PROYECTO	92
7.9.1 PROCESO DE VENTA.....	92
7.10 MACRO LOCALIZACIÓN	93
7.10.1 MICRO LOCALIZACIÓN	93
7.11 COSTO DE PREPARACIÓN DE CÓCTELES.....	95
CONCLUSIONES.....	96
8 ESTUDIO ADMINISTRATIVO	97
8.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	99
8.3 PROCESO ADMINISTRATIVO.....	100
8.3.1 PERSONAL Y DIVISIÓN DEL TRABAJO	100
8.3.2 ORGANIGRAMA	101
8.3.3 PERFILES DE LOS EMPLEADOS	101
8.3.4 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	103
8.4 INSUMOS EN EL PROCESO ADMINISTRATIVO	103
8.4.1 EQUIPOS DE CÓMPUTO Y COMUNICACIÓN EN EL PROCESO ADMINISTRATIVO	103
8.4.2 MUEBLES Y ENSERES EN EL PROCESO ADMINISTRATIVO.....	104
8.4.3 ÚTILES, PAPELERÍA Y FOTOCOPIA	105
8.4.4 ELEMENTOS DE ASEO	106
8.4.5 ELEMENTOS DE BIOSEGURIDAD	108
8.4.6 SEGUROS	108
8.4.3 SERVICIOS PÚBLICOS	109
8.5 ANÁLISIS DOFA	109
8.6 MATRIZ DE IMPACTOS	110

9. ESTUDIO DE IMPACTOS	114
9.1 IMPACTO ECONÓMICO.....	114
9.2 IMPACTO SOCIOCULTURAL	114
9.3 IMPACTO AMBIENTAL.....	114
9.3.1 MANEJO ADECUADO DE RESIDUOS SÓLIDOS.....	114
9.3.2 CONDICIONES DEL ÁREA DE PREPARACIÓN DE CÓCTELES.....	116
9.3.3 EQUIPOS Y UTENSILIOS.....	116
9.3. 4 SEGURIDAD INDUSTRIAL.....	117
10. ESTUDIO LEGAL	119
10.1 ENTIDADES REGULADORAS	119
10.2 TIPO DE SOCIEDAD.....	119
10.3 NORMAS Y PROCEDIMIENTOS SOBRE LA COMERCIALIZACIÓN	120
10.4 GASTOS DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD	120
10.5 GASTOS LEGALES	121
10.6 IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO	121
11 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	122
11.1 OBJETIVO GENERAL.....	122
11.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	122
11.2.1 ESTUDIO ECONÓMICO.....	122
11.2.3 DEPRECIACIÓN	125
11.2.4 GASTOS DE PERSONAL.....	127
11.2.5 GASTOS OPERACIONALES	128
11.2.6 INVERSIONES	132
11.3 ANÁLISIS FINANCIERO	135
11.4 RAZONES FINANCIERAS	139
11.5 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	140
12 CONCLUSIONES.....	144
13. BIBLIOGRAFÍA.....	145

1. INTRODUCCIÓN

En el presente estudio de viabilidad para la creación de un establecimiento tipo bar, para la venta de cocteles de frutas a base de viche en el Distrito de Buenaventura. **Cóctel Pacific**”, es una iniciativa de negocio donde se muestra el auge por la cual surge la propuesta de creación del establecimiento tipo bar, el valor que tiene este para el Distrito de Buenaventura por su cultura ecoturística y biodiversa convirtiéndose en un sitio encantador para los nativos y turista.

Además, registra los objetivos que motivan la iniciativa de esta propuesta, las bases teóricas respaldadas por el modelo de negocios de Bacca Urbina; el análisis de los estudios de mercado donde se determina la oferta y demanda existente, estudio técnico, administrativo, normativo, económico y financiero, asimismo el impacto social, ambiental, formalidad de constitución legal, funcionamiento; habitantes receptores del servicio, entre otros aspectos que estén acordes a las exigencias, características y estándares de calidad de dicha población ecoturística y biodiversa que pretende la conservación y amplitud de su cultura.

Este estudio de viabilidad será una propuesta generadora de ingresos, fortaleciendo así el patrimonio material e inmaterial de la comunidad Afrodescendiente, generando empleabilidad y mejorando las condiciones de vida de sus habitantes; igualmente hacer de la ciudad una zona placentera, deleitante y acogedora tanto para los nativos y visitantes.

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Estado del arte.....	25
Tabla 2: Población de Buenaventura 2011-2014.....	46
Tabla 3: Proyección población 2015-2020 con incremento del 2% anual.....	47
Tabla 4: Demanda futura con incremento del 2% anual.....	47
Tabla 5: Ingresos de la población	48
Tabla 6: Demanda actual	53
Tabla 7: Población acaparada del mercado objetivo.....	54
Tabla 8: Pronóstico de la demanda futura.....	55
Tabla 9: Proyección de ventas anuales	65
Tabla 10: Precios y tarifas.....	69
Tabla 11: Análisis comparativo de la competencia	70
Tabla 12: Costos de prácticas comerciales	72
Tabla 13: Gastos en el proceso productivo	80
Tabla 14: MAQUINARIA Y EQUIPO.....	82
Tabla 15: MUEBLES Y ENSERES EN EL PROCESO TÉCNICO.....	83
Tabla 16: Materia prima e insumos	85
Tabla 17: Elementos de protección personal y dotación en el proceso de fabricación.....	87
Tabla 18: Capacidad instalada	88
Tabla 19 Adecuaciones locativas.....	90
Tabla 20: Arrendamiento	90
Tabla 21 Salario por empleado	92
Tabla 22: Costo unitario de preparación cóctel de limón	95
Tabla 23: Costo unitario de preparación cóctel de piña.....	95
Tabla 24: Costo unitario de preparación cóctel de mora	95
Tabla 25: Equipos de cómputo y comunicación en el proceso administrativo.....	104
Tabla 26: Muebles y enseres en el proceso productivo	105
Tabla 27: Útiles, papelería y fotocopia	106
Tabla 28: Elementos de aseo.....	106
Tabla 29: Gastos en elementos de bioseguridad	108
Tabla 30: Seguros	108
Tabla 31: Servicios públicos	109
Tabla 32: Análisis DOFA	109
Tabla 33: Gastos de inscripción y registro mercantil.....	120
Tabla 34: Proyección del precio unitario de venta con un incremento del 4% anual por inflación	122
Tabla 35: Proyección de las cantidades a vender con un incremento del 2% anual	123
Tabla 36: Proyección de ingresos años 2022-2025.....	123
Tabla 37: Estructura de costo unitario para la elaboración del cóctel de limón	123
Tabla 38: Estructura de costo unitario para la elaboración del cóctel de piña.....	124
Tabla 39: Estructura de costo unitario para la elaboración del cóctel de mora	124
Tabla 40: Proyección del costo unitario de elaboración de cócteles con un incremento del 4% anual por inflación	124
Tabla 41: Proyección de las cantidades a vender con un incremento del 2% anual	125

Tabla 42: Proyección del costo de venta anual por producto	125
Tabla 43: Depreciación	126
Tabla 44: Amortización gastos preoperativos.....	127
Tabla 45: Gastos de personal	127
Tabla 46: Gastos de personal con incremento del 4% anual por inflación	129
Tabla 47: Gastos honorarios con incremento del 4% anual por inflación	129
Tabla 48: Gastos impuestos	129
Tabla 49: Gastos de arrendamiento con incremento del 4% anual por inflación	129
Tabla 50: Gastos de seguros con incremento del 4% anual por inflación	130
Tabla 51: Gastos de servicios con incremento del 4% anual por inflación	130
Tabla 52: Gastos legales con incremento del 4% anual por inflación	130
Tabla 53: Gastos de depreciaciones	131
Tabla 54: Gastos amortizaciones	131
Tabla 55: Gastos diversos con incremento del 4% anual por inflación	131
Tabla 56: Inversiones en el proyecto	132
Tabla 57: Cálculo del capital de trabajo	134
Tabla 58: Estado de resultados	135
Tabla 59: Presupuesto de efectivo	136
Tabla 60: Estado de situación financiera	137
Tabla 61: Razones de liquidez	139
Tabla 62: Razones de actividad	139
Tabla 63: Razones de deuda	139
Tabla 64: Razones de rendimiento.....	140
Tabla 65: Punto de equilibrio.....	140
Tabla 66: Flujo de caja del proyecto	141

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Pregunta 1	56
Ilustración 3: Pregunta 3	57
Ilustración 4: Pregunta 4	58
Ilustración 5: Pregunta 5	58
Ilustración 6: Pregunta 6	59
Ilustración 7: Pregunta 7	59
Ilustración 8: Pregunta 8	60
Ilustración 9: Pregunta 9	60
Ilustración 10: Pregunta 10	61
Ilustración 11: Pregunta 11	61
Ilustración 12: Pregunta 12	62
Ilustración 13: Pregunta 13	62
Ilustración 14: Pregunta 14	63
Ilustración 15: Pregunta 15	64
Ilustración 16: Logo Cóctel Pacific	73
Ilustración 17: Esquema de comercialización.....	74
Ilustración 18: Diagrama de procesos.....	78
Ilustración 19: Diagrama de flujo	88
Ilustración 20: Proceso de venta	92
Ilustración 21: Macro localización.....	93
Ilustración 22: Micro localización	94
Ilustración 23: Instalaciones de Cóctel Pacific	94
Ilustración 24: Logotipo.....	97
Ilustración 25: Organigrama	101

Resumen

El pacífico colombiano cuenta con una cultura rica en ancestralidad y tradiciones, las cuales la hacen atractiva, pero al igual que en la mayoría de las culturas existen temas controversiales, los cuales se convierten en temas principales, en el pacífico colombiano el tema de las bebidas típicas es controversial debido a su no industrialización y diferentes tabús referentes a su producción, siendo no aceptada por muchas personas. Es por eso que es realizado este trabajo, con el objetivo de crear un establecimiento tipo bar con una gran carga cultural que permita la expansión de esta y ayude a mitigar los tabús referente a sus bebidas.

El trabajo de grado comienza planteando el problema que existe en el distrito, luego se continúa con la metodología de la investigación a desarrollar, posteriormente se desarrolla el estudio de mercado en donde se determina la participación de la compañía en el mercado de cócteles, seguido del estudio técnico, con el cual se determina lo necesario para la puesta en marcha del proyecto y los procesos inmersos en esta un estudio administrativo, con el cual se expone la naturaleza de la compañía

finalizando con el estudio económico y financiero, con el fin de demostrar la viabilidad de este proyecto.

Palabras clave: Viche, Cultura, Cóctel, Distrito, Pacífico.

2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Hoy en día el Distrito de Buenaventura se ha transformado en un lugar agradable, atractivo y deseado por los visitantes nacionales e internacionales. Proyectos como el Malecón Bahía de la Cruz y el Boulevard han sido los pioneros en el embarque de visitas de los turistas, incrementando el nivel de oferta y demanda de la zona.

El mercado existente de bebidas de coctelería en el Distrito de Buenaventura es muy escaso, puesto que existen pocos lugares donde ofrecen este tipo de productos, asimismo los bares muy poco ofrecen este tipo de bebidas. Sin embargo, hay lugares que prestan servicios de bebidas de coctelería, como lo es Lemon Tree Bar Rock, Ámbar Buenaventura, San Blas Café Bar y Karaoke Bar Muérganos que además ofrecen comidas y bebidas de la región pacífica, por otro lado, están Sabor Molido y Herencia, estas brindan productos como cocteles, bebidas calientes y frías con algunos ingredientes como el viche. El Distrito de Buenaventura no cuenta con una empresa legalmente constituida que se dedique a la elaboración y venta de cocteles de frutas a base de viche.

Por ello, este proyecto tiene como objetivo satisfacer la demanda de esta zona con los cocteles de frutas a base de viche, que para su preparación se requiere de técnicas de elaboración y toque personalizado por parte del establecimiento, para turistas y nativos, resaltando la identidad del pacífico con dichos productos.

Cabe mencionar que Buenaventura no cuenta con un lugar que ofrezca solo este tipo de productos que exalten la cultura y las costumbres de la región pacífica. Además, la poca cultura emprendedora existente en el distrito, hace que la existencia de este tipo de empresas sea nula, debido a factores como, los económicos, culturales, el temor al fracaso y la idea errada de obtener resultados inmediatos, hace que las personas no emprendan en mercados

desconocidos, desaprovechando las riquezas culturales existentes para este tipo de iniciativas en el Distrito de Buenaventura.

El viche es una bebida tipo artesanal típica de la región pacífica colombiana, cuyo nombre tiene un origen proveniente de las lenguas Bantúes del oriente centro africano, los cuales denominaban esta bebida como bichi o bichì, lo cual significa verde o crudo, la producción de esta se da principalmente en los ríos Naya, Saija y Micay, esta es usada con fines medicinales y afrodisíacos, hoy en día esta forma parte de la cultura y economía de los territorios del pacífico colombiano. [https://es.wikipedia.org/wiki/Viche_\(bebida\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Viche_(bebida))

La gastronomía como contexto de desarrollo sociocultural, ha definido un gran avance en muchas culturas a nivel nacional, esto representado en los diferentes ingredientes y productos agrícolas de cada región, dentro de estos se encuentran una gran variedad de frutos tanto reconocidos como exóticos con los cuales se elaboran múltiples bebidas, sumado a las bebidas alcohólicas que se elaboran de manera tradicional y asimismo industrializadas, partiendo de la ubicación geográfica de cada región.

Como fuente de formación profesional del gastrónomo colombiano, uno de los ejes de valor es brindar el reconocimiento por medio de las bebidas buscando evidenciar la cultura de las regiones mediante el análisis de sus ingredientes y técnicas de elaboración. Mediante una metodología etnográfica se buscó establecer los principales contextos socio-culturales que se generan en la costa pacífica y mediante un análisis cualitativo se buscó contrastar las preparaciones ancestrales con el reconocimiento de patrimonio inmaterial dentro del campo de la gastronomía. Sáenz Monsalve, M. (2020). Bebidas ancestrales y tradicionales de Colombia (Región del Pacífico). *Sosquua. Revista Especializada En Gastronomía*, 2(1), 57-66.

Por esa razón en Buenaventura es necesario la puesta en marcha de proyectos y espacios como este que ofrece Coctel Pacific ya que se han ido perdiendo las tradiciones

ancestrales de la región. Todo esto trae consecuencias como, aumento del desempleo, existente al no crear empresas las cuales permitan generar empleo para los habitantes del distrito, además atrayendo alternativas de inversión.

La proliferación de las ventas caseras, comunes en este tipo de productos generan temor a los consumidores y consumidores potenciales, al dudar de la proveniencia de estos o de la realización. “El poco nivel de consumo es otra consecuencia hallada debido a las condiciones de precariedad, falta de acceso a agua potable y desconocimiento de los manipuladores; generalmente los alimentos vendidos en la calle se preparan en condiciones higiénicas deplorables, existiendo la posibilidad de un alto grado de contaminación, además diversos estudios demuestran la presencia de microorganismos patógenos en alimentos de venta callejera.” (Agüero y Otros, 2018)

Es por todas estas causas y consecuencias, que se decide crear este tipo de empresas, buscando ser precursores en este tipo de actividades, siendo emprendedores y dejando de lado el temor, brindando una posibilidad de acceso a la comunidad para con este tipo de bebidas, las cuales serán una nueva alternativa, para los habitantes del distrito y para aquellas personas que lo visitan.

2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es viable la creación de un establecimiento tipo bar, para la elaboración y venta de cócteles de frutas a base de viche en el Distrito de Buenaventura?

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio que determine la viabilidad para la creación de un establecimiento tipo bar, para la elaboración y venta de cocteles de frutas a base de viche en el Distrito de Buenaventura.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar un estudio de mercado que permita analizar aspectos clave para la puesta en marcha del proyecto como lo son: la oferta y la demanda estimada del producto, clientes potenciales y sus características, competencia, precios de venta y estrategias de comercialización.
- Desarrollar un estudio técnico, operativo y organizacional que suministre los recursos físicos, tecnológicos y de personal necesarios para la instalación de Coctel Pacific.
- Planificar una administración funcional para la organización, que responda a los procesos técnicos y al marco legal de Coctel Pacific.
- Determinar los impactos económicos, ambientales y socioculturales de la creación empresarial, teniendo presente el tiempo, actividades y presupuesto.
- Determinar la viabilidad financiera y económica del proyecto.

3. JUSTIFICACIÓN

Muchos profesionales deciden emprender un proyecto propio a fin de lograr una estabilidad económica. En Colombia, el emprendimiento ha cobrado importancia en los distintos comunidades académicas y gremiales que han visto en esta una opción para estudiar, investigar y proponerla como una alternativa para el desarrollo integral, desde la posibilidad de ser empresarios y distribuir riqueza a través de la generación de empleo, hasta contribuir que en muchas regiones, afectadas por distintos fenómenos sociales, hayan encontrado la opción de sostenerse, formarse y lucrarse, a través de una idea o innovación desde su identidad y sitio de habitación. (Cardona, 2015)

De acuerdo a Confecámaras, en Colombia son aproximadamente 2.500.000 MIPYMES y PYMES, producto de la creación e iniciativas particulares. Dicha dinámica productiva, ha generado el 67 % del empleo formal en el país, de allí la importancia del tema tratado y su contribución al desarrollo social y económico en las distintas regiones del país. (Portafolio, 2016)

Es por ello que para los integrantes de esta propuesta es primordial el progreso de la misma, ya que permite aprovechar, experimentar y desarrollar en todos los espacios que durante el transcurrir de la carrera se le han implantado como la competencia, eficacia y eficiencia que se requiere en una profesión. Esta investigación ofrece la oportunidad de crear una empresa como Coctel Pacific con una identidad cultural que representa su gente y su etnia, con características propias a las demás regiones. Con esta propuesta se pretende generar un espacio agradable y acogedor que permita que el cliente disfrute de un lugar de esparcimiento con buena música de la región pacífica, un excelente servicio y acompañando de bebidas que representen la identidad de su cultura como es el cóctel de frutas a base de viche.

De igual manera, es importante resaltar la necesidad de fundar una empresa, para impulsar el emprendimiento y romper barreras de que es difícil o imposible crear un negocio y por ende tener la posibilidad de generar empleo en el Distrito de Buenaventura debido a que esta presenta altos niveles de desempleo.

Por otro lado, la ejecución de esta propuesta de negocio incentiva a los jóvenes y a la comunidad en general a crear empresas con nuestra identidad cultural, basados en espacios artísticos y socioculturales en el cual se introduce la innovación y desarrollo de actividades como karaoke, músicos, danzas entre otros, en lo cual Buenaventura cuenta con lugares limitados a este. Además, este proyecto, queda como precedente para los estudiantes de la universidad del valle que deseen emprender y los motiva aportar al desarrollo empresarial de la región y del territorio nacional.

4. MARCO DE REFERENCIA

Realizar la viabilidad para la creación de un establecimiento tipo bar, para la elaboración y venta de cócteles de frutas a base de viche, con identidad del pacífico colombiano, en el Distrito de Buenaventura, permitiendo conocer la competencia existente en el Distrito de Buenaventura, buscando establecer el nivel de satisfacción del cliente y las expectativas que tienen sobre la alternativa planeada, en cuanto a esparcimiento y recreación.

La implementación de este proyecto, demanda de un análisis preciso y claro de los conceptos, teorías y reglamentos que están directamente ligados con el tema y el problema de investigación, este permite acceder a información básica y relevante relacionada con los antecedentes del tema en estudio; al hacer esto el investigador puede identificar vacíos e interrogantes por explorar que justifican su proyecto y asimismo, puede identificar una tradición teórica consolidada para fundamentar la hipótesis. (Chen, 2020)

4.1 MARCO CONTEXTUAL

La coctelería tal como la conocemos hoy en día es una actividad que tiene sus orígenes en los Estados Unidos de América a comienzos del siglo XIX en la ciudad de Nueva Orleans, Estado de Luisiana, una zona caracterizada por su apego a elocuentes tradiciones como el vudú y la santería.

De hecho, los inicios de la coctelería tuvieron una finalidad inicial totalmente contraria a lo que supone hoy en día un coctel, pues en aquel entonces el coctel surgió como una bebida a la que se le atribuía diversos poderes curativos y estos estaban compuestos principalmente por la combinación de licores, fuertes hierbas y frutas.

A partir de allí y dada la gran aceptación y popularidad que tuvieron estas bebidas, la coctelería rápidamente se expandió a lo largo de los Estados Unidos durante el resto del siglo

XIX, acompañando la propia aventura que supuso la conquista del oeste y la expansión estadounidense hasta el océano Pacífico.

El siglo XX y sus inicios igualmente fueron testigos de la aceptación de la coctelería en bares y cantinas, ya con una finalidad de mero goce y disfrute contraria a aquellos inicios que veían al coctel como una cura para diversos males.

Sin embargo, un hecho que marcaría a la coctelería sería la prohibición de venta de licores que se impuso en los Estados Unidos entre 1920 y 1933, durante esos años esta tuvo un gran auge debido a que ciertamente no existía un comercio legal de bebidas alcohólicas y fue ahí donde la coctelería, que acompañada de licores contrabandeados o de licores artesanales ganó mayor aceptación entre quienes pese a la prohibición, aprovechaban el auge de la clandestinidad de muchos bares para disfrutar de una buena bebida.

Respecto a la expansión de la coctelería a lo largo del mundo, esta fue en principio gracias a aquellos estadounidenses que se desplegaron a través de distintos países, donde enseñaron y legaron su gusto por la coctelería, sentando bases para que, en cada lugar, acorde a sus características y gustos la coctelería pudiese adecuarse y desarrollarse de forma única.

Esto derivó en el hecho de que hoy en día vemos una gran variedad de recetas de cocteles que, aunque son de conocimiento universal, poseen un origen único y característico asociado estrechamente a algún lugar, por ejemplo, el Bloody Mary asociado a París, el Mojito cubano y la Caipiriña brasilera tan solo por mencionar algunos.

Ya el transcurso de los años ha visto cómo la coctelería se ha ido transformando, pero sin perder esa conexión con sus orígenes que a base de distintivas recetas son las que realmente le dan identidad y personalidad, el coctel es más que una bebida, conlleva detrás de sí conocimiento, práctica y sobre todo técnicas tanto en su elaboración como en su entrega.

Una de las variantes que ha surgido a partir de la coctelería es la mixología, que comúnmente se considera sinónimo de la coctelería, solo que en su caso, la mixología abarca las formas de

preparación y presentación de un coctel, enfocándose en el aspecto visual, estético y exótico que abarca dar forma y presentar al consumidor un coctel. Aquí entrarían en consideración aquellas bebidas llamativas por sus muy vivos colores, las que son preparadas empleando gases e inclusive hielo seco.

Como vemos la coctelería es una disciplina, oficio o profesión, según como la quieras considerar, sumamente interesante y en constante reinención y que conlleva tras de sí un meticuloso estudio y práctica constante, que bien encaminadas sabrán marcar la diferencia dándole renombre al bar tender y por supuesto, siempre deleitando a los presentes con esos magníficos cocteles. <https://infolibros.org/que-es-la-cocteleria/>

El significado que le demos al concepto que engloba cada una de las preparaciones y a las propias preparaciones influye a la hora de hablar de orígenes. Porque no es lo mismo hablar de una mezcla de bebidas alcohólicas o una mezcla de bebidas sin alcohol. Tampoco, por tanto, de cócteles como los que conocemos hoy en día o cócteles creados con fines menos lúdicos como son los medicinales.

Así, por ejemplo, encontramos preparados de hierbas y determinados espíritus en siglos remotos, como el XVI, con exponentes como el Bénédictine. Es una combinación secreta de veintisiete plantas y especias, convertidas en un licor homogéneo, que fue creado en el año 1510 en la abadía de Fécamp por el monje Dom Bernardo Vinelli.

De igual modo, el arte de mezclar ingredientes y crear bebidas con fines medicinales se remonta, según algunos, todavía más atrás. Concretamente al conocido como siglo de Alejandro Magno, el siglo IV antes de nuestra Era, cuando se estima que ya se realizaban con profusión este tipo de preparaciones.

No obstante, es habitual encontrar señalado como padre de la coctelería más contemporánea, aquella pensada para el disfrute mediante la ingesta —moderada— de alcohol, a un

farmacéutico de Nueva Orleans. En los inicios del siglo XIX, Antoine Amédée Peychaud, que así se llamaba, pasó de la farmacia a preparar diferentes combinaciones de bebidas, con fines no medicinales, para sus amigos. Para ello, como medidor, utilizó una huevera. La historia, con tintes de leyenda, le atribuye por tanto también la invención indirecta del término cocktail, teniendo grandes similitudes con una de las hipótesis que relatábamos al inicio.

Pese a todo, en 1862 se encuentra la mayor evidencia, con la publicación de *How to Mix Drinks; or, The Bon Vivant's Companion* de Jerry Thomas. Esta guía para camareros presentaba un sinfín de recetas de todo tipo y una decena de recetas de “cocktails”, señalándolos como una mezcla de bebidas en la que se hacía uso de amargos.

Sea como fuere, los cócteles como tal comenzaron a hacerse populares en Estados Unidos a finales del siglo XIX y han llegado hasta nuestros días con grandes épocas de ingenio, como la provocada indirectamente por la ley seca estadounidense. En el siglo XX se convirtieron en símbolo de distinción, los lugares de moda de Norteamérica y Europa comenzaron a servir mil y una creaciones, las diferentes guerras mundiales y los contingentes americanos ayudaron a extenderlo más todavía y con todo ello alcanzamos la actualidad.

La mayoría de restaurantes, bares y pubs del planeta ofrecen cócteles en sus cartas. Los profesionales del arte, los bármanes, han conseguido ser un elemento imprescindible de los mejores establecimientos del mundo y recibir un reconocimiento más que merecido. La cultura de la coctelería está instalada en la sociedad moderna y forma parte de ella. Los cócteles, más allá de ser una simple combinación de licores, son mucho más.

<https://www.bonviveur.es/the-food-street-journal/origenes-e-historia-de-la-cocteleria>

La coctelería para la mayoría de los Bar tenders colombianos es una forma de expresar lo que son, buscan siempre de una forma u otra mostrar ingredientes típicos de Colombia, exaltando

ingredientes tradicionales, rituales, técnicas ancestrales y el uso de herramientas o cristalería autóctona.

Hace un par de años la coctelería en Colombia ha empezado a dar grandes pasos hacia el avance, para el consumidor colombiano era de gran orgullo tomar cocteles que no tenían sentido, ni gran valor histórico, sin adentrar en la calidad de los ingredientes, aunque en muchos países Latinoamericanos aún se vive, aquí los Bar tenders colombianos han iniciado a dar nuevas experiencias para ofrecer lo mejor de los ingredientes y sus conocimientos alrededor de las bebidas.

Las personas que ayudan a que este desarrollo y crecimiento se ha generado gracias al apoyo que grandes marcas han brindado con el objetivo de generar mayor impacto al consumidor final, por medio de capacitaciones y concursos para Bar tenders, así mismo para los dueños de establecimientos que por lo general no conocen bien el gremio, donde poco a poco se dejan guiar por el conocimiento de expertos tras la barra y principalmente el consumidor quien es el que marca la pauta de avance, haciendo que cada día los comensales acudan a un bar en busca del bar tender para que este le ofrezca un cock tail novedoso.

<https://www.coctelerialamalavida.com/2015/04/21/el-panorama-de-la-cocteler%C3%ADa-en-colombia/#:~:text=La%20cocteleria%20para%20la%20mayor%C3%ADa,de%20herramientas%20o%20cristaler%C3%ADa%20aut%C3%B3ctona>.

4.1.1 PRINCIPALES BENEFICIOS DE LAS FRUTAS

El limón es un fruto ácido que hace parte de los hogares de la mayoría de personas en todo el mundo. Este cítrico tiene un sabor particular que va muy bien en bebidas y comidas. Además, los múltiples beneficios del limón lo convierten en uno de los mejores aliados para la salud.

El limón se destaca principalmente por su alto contenido de vitamina C, complejos vitamínicos del tipo B, calcio, hierro, magnesio, potasio y fibra. Se ha utilizado en la medicina desde la antigüedad y actualmente hay varios estudios científicos que sustentan sus bondades. (Betancourth, 12 de mayo de 20215)

Las moras son deliciosos frutos de arbustos, de aspecto pequeño y carnosos. Se estima que en el mundo hay unas 300 especies diferentes y son muy comunes en lugares cálidos y templados de Asia, África y América.

Por su sabor y versatilidad se han utilizado como parte de postres, pasteles, batidos y muchas otras recetas. También se han tenido muy en cuenta por su valor nutricional. Entre sus principales vitaminas se destacan la C y la E, que actúan como antioxidantes; además, tienen un pigmento flavonoide denominado *antocianina* que es responsable de su efecto antiinflamatorio. (Betancourth, 12 de mayo de 20215)

Gracias a las *antocianinas*, que tienen acción antioxidante y antiinflamatoria, las moras son grandes aliadas de la salud cardiovascular. Por ende, no es de extrañar que consumir moras sea un apoyo para cuidar el corazón y el resto del sistema cardiovascular, incluyendo sus células más pequeñas.

La piña, originaria de América del sur, es un alimento muy completo y sumamente nutritivo. Gracias a su alto contenido en complejo B, calcio, zinc, vitamina A y betacaroteno, resulta la fruta ideal para dar sabor a diversos platillos y mejorar la salud.

De acuerdo con el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), favorece al organismo en cinco aspectos.

1. Es baja en calorías y rica en fibra, por lo que ayuda a mantener en buen estado el aparato digestivo.
2. Ayuda a eliminar la grasa corporal.

3. Contrarresta el dolor y la inflamación en las articulaciones.
4. Favorece la prevención de coágulos sanguíneos —gracias a la bromelina—.
5. Fortalece el sistema inmunológico, así como los huesos. (Betancourth, 12 de mayo de 20215)

4.2 ESTADO DEL ARTE

Tabla 1: Estado del arte

Año	Título	Problema de investigación	Metodología	Conclusiones
2017	Propuesta modelo de producción semi-industrial según parámetros comerciales para la producción en Bogotá de bebidas típicas colombianas. Autor: Sandra Fernanda Mahecha	En el mercado colombiano no es posible encontrar bebidas colombianas típicas que sigan los lineamientos de producción exigidas por las entidades de control y de sanidad, a su vez su campo de adquisición es limitado debido a su producción artesanal	El tipo de investigación es de carácter cualitativa-nominal-explicativa, en la primera parte de la investigación se va a consignar el sector económico de bebidas en Colombia, competencia presente y pasada, la identificación y el comportamiento de la competencia directa e indirecta en los últimos 2 años, la evolución del mercado por medio de análisis financieros de las dos compañías de bebidas más grandes del país, y tendencia prevista a mediano y largo plazo a través de análisis DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas). Con el fin de poder hacer una proyección de rentabilidad según las ventas presentadas en el sector, tomando como supuesto un 1% de participación inicial en el mercado basados en las ventas de las compañías ya existentes.	Frente a los resultados: La conclusión más importante que se espera del proyecto investigativo es la confirmación de la hipótesis sobre la producción de chicha a nivel semi-industrial. La producción de chicha y agua de panela con estándares de calidad y salubridad exigida por el gobierno es viable y puede ofrecer a los posibles consumidores las garantías necesarias sobre un producto típico colombiano a nivel comercial.
2017	Estudio de viabilidad y factibilidad para la creación de un punto de venta para el procesamiento y comercialización de jugos naturales, de la empresa Frutera El Progreso S.A.S. Autores: Robert Adrián Poveda Quintero, Cristian Javier Cifuentes Garzón	En países de latitud tropical como Colombia, la variedad de frutas producidas es extensa, gracias a los diferentes climas y ecosistemas que existen en nuestro territorio, la localización y la topografía montañosa hacen que nuestro país sea excepcional para la siembra de frutas tropicales, estas condiciones, le permiten a	Se realizó una investigación de carácter cuantitativo a fin de conocer los aspectos más básicos de la población; • Caracterización del perfil del posible cliente. • Conocer si el entrevistado consume algún tipo de bebida hecha a base de frutas y sus preferencias. • Identificación de la competencia existente, fortalezas y debilidades. • Determinar los hábitos de consumo de este tipo de bebidas.	El propósito principal de este proyecto es posicionar el producto en el mercado de las bebidas a base de fruta natural, el cual se llevará a cabo mediante los resultados obtenidos en el estudio de mercado que se ejecutó. Se encontró una necesidad insatisfecha en la población objetivo, lo que hizo posible hacer el estudio para lograr determinar la factibilidad y viabilidad de un modelo de negocio innovador que satisfaga las necesidades de los consumidores

Colombia
disponer de frutas
durante todo el
año

Estudio de factibilidad para la producción de jugo y fruta fresca de cocona (<i>Solanum sessiliflorum</i> Dunal) en el Zamorano. Autor: Diego Berrezueta Carrión	Los bienes tradicionales que se comercializan en El Zamorano no están proporcionando las rentabilidades esperadas, por lo que es necesario que productos no tradicionales como la cocona que posee características deseables como son: sabor, larga vida de anaquel, un almacenamiento no tan complejo y varias formas de industrialización entren al mercado transformados para obtener mayor rentabilidad de su valor agregado	Para el estudio de mercado se aplicó una encuesta bi-etápica, todos los procedimientos de la encuesta se realizaron en el mercado a analizar. El estudio se limitó principalmente al mercado de Tegucigalpa La información técnica es general y no específica, debido a que existen datos de producción ya comprobados	Bajo las condiciones específicas en las que se realizó la evaluación del proyecto, se concluye lo siguiente: De la cocona se puede llegar a obtener una rentabilidad en la producción como fruta fresca y jugo, si se destina para el segmento de mercado de clase media alta y preferiblemente que tenga educación superior, en la ciudad de Tegucigalpa este segmento específico de mercado contempla 5,222 jefes de hogar, hombres o mujeres.
--	---	---	---

2002

Fuente: Elaboración propia

4.3 MARCO TEÓRICO

4.3.1 ANTECEDENTES DE ESTUDIO

Un cóctel o coctel es una preparación a base de una mezcla de diferentes bebidas en varias proporciones, que contienen por lo general uno o más tipos de bebidas alcohólicas junto a otros ingredientes, generalmente jugos, frutas, salsa, miel, leche o cremas, especias, etc. También son ingredientes comunes de los cócteles las bebidas carbónicas o refrescos sin alcohol, la soda el agua tónica. <https://www.20minutos.es/noticia/4301025/0/lista-cocteles-recetas-reparacion/?autoref=true>

La palabra del inglés cock's tail que significa cola de gallo. En tiempos de la reina Victoria llegaba al puerto de San Francisco de Campeche en México, comerciantes ingleses de madera preciosa entre ella el palo de tinte. Se bebían en las tabernas vino y licores sin mezclar, a veces bebían los llamados “dracs” de ron o de otro alcohol, que eran bebidas compuestas, las revolvían con una cuchara de metal; lo que podía dar mal sabor a la bebida.

En ocasión, vieron al barman emplear unas raíces delgadas, finas, lisas, de una planta que ahí llamaba por su forma, “Cola de gallo”, esto para evitar el mal sabor, por lo que le preguntaron qué era eso a lo que respondió en su idioma que era cock's tail. De ahí en adelante se popularizó el uso del término. La palabra original proviene del francés en el que Coq se traduce como gallo y tail como cola porque eran costumbres de decorar estas bebidas con las plumas de cola de los gallos. Hoy en día todavía se mantienen esa costumbre de decorar los cocteles con plumas, sombrillas y frutas.

La coctelería es el estudio de la relación entre las bebidas, frutas, flores, hierbas, helado y cualquier otro ingrediente comestible que pueda ser transformado en líquido, por distintos métodos de preparación¹. Todo esto relacionado con el estudio socio-cultural de

cada país, debido a que los ingredientes, la sociedad y la cultura cambian de forma de pensar (gusto).

Unos de los estudios socioculturales, en la coctelería es el diferente gusto de beber entre hombre y mujeres, por ejemplo, las mujeres prefieren los cocteles más dulces y con copas más delicadas por el contrario los hombres prefieren los cocteles secos, fuertes, o ácidos y en copas muy masculinas (con formas rectas o de circulares mas no ovaladas).

<https://www.20minutos.es/noticia/4301025/0/lista-cocteles-recetas-reparacion/?autoref=true>

Miranda, X. (2011), afirma que la mixología es lo que antiguamente era la coctelería. El termino mixología implica el conocimiento profundo de la elaboración y combinación de destilados, en otras palabras, es el conocimiento por buscar nuevos sabores y sensaciones mostrados en un cocktail. Asimismo, Chocano, A. (2014) concluye que los más grandes exponentes de las teorías de la coctelería, conceptualizan a la mixología como la coctelería innovadora y generadora de tendencias, enfocada en los procesos de creación e investigación que transforman el acto de consumir un cocktail en una experiencia sin igual, llevando su degustación a la máxima expresión.

Vargas. (2014), afirma que los cocteles generalmente se clasifican en sin alcohol y con alcohol, las bebidas sin alcohol, en su composición, no tienen algún contenido alcohólico, preparados especialmente con jugos de frutas, siendo de este modo aptos para cualquier tipo de personas, inclusive para los niños.

Depende de la elección de cada momento y con la compañía adecuada, para elegir un perfecto combinado para cada momento y tomarse un coctel, siempre es un momento agradable; circunstancias para experimentar sensaciones nuevas, y poder disfrutar de sabores únicos y diferentes en cada situación y lugar; hace experimentar sensaciones nuevas y disfrutar más de cada instante en que nos encontramos.

Se presentan momentos más sencillos para saber que coctel pedir o simplemente elaborar. En este sentido si se quiere elaborar solamente faltaría conocer los ingredientes y combinar mejor, las mezclas adecuadas en el transcurso del día, combinando las texturas; presentando diferentes tipos de cocteles; en este sentido los bar tender presentan los diferentes tipos como los cocteles con refrescos; asimismo volviendo la mirada a la importancia de la preparación de los cocteles.

Acosta A. & Usúño H. (2013), refieren que es determinante utilizar los insumos perfectos desde la copa más apropiada, el hielo a utilizar los elementos decorativos se añadirán en relación a cada coctel; fijar la mezcla, la cual no solo es la elección adecuada de los insumos sino los elementos decorativos que se utilizarán, para añadir en función del refresco, que debe llevar cada coctel, también es verificar las cantidades de variedad de sabores y de categorías, para realizar las combinaciones infinitas en sofisticación y originalidad; porque cada refresco tiene diferentes características en intensidad, sabor, amargor, aroma o dulzor; características que sirven para resaltar sus cualidades de una mezcla y para potenciarlo.

Así como un coctel que pueda incluir una bebida refrescante con gas ampliará el aroma y sabor, dándole cierta acidez. En relación a los sabores se pueden utilizar para destacar o enmascarar ciertas características al combinado. Un ejemplo: el limón puede disminuir el dulzor de los elementos, mientras que otros de cola pueden arrestar la acidez. Asimismo, en relación a la hora del día en que se tome el combinado existirá siempre un refresco espacial que permitirá el disfrute de la mañana, abriendo el apetito, realizar la digestión después de una comida o para la distracción entre amigos en una determinada tarde.

Aspecto importante es lo que mencionan Acosta A. & Usúño H. (2013), al referirse acerca del saber que ingredientes y refrescos se van a utilizar, de acuerdo a los gustos, la hora de tomarlos la época del año en que nos encontramos, el día en que se van a saborear es tal

vez la parte más importante, aunque no son los aspectos totales; sin embargo es necesario conocer algunos trucos sobre como presentar el coctel, la temperatura especial, el recipiente más adecuado a utilizar y la mejor decoración que tengamos a la mano, ayudará a la creación de un perfecto combinado.

Es importante destacar que al preparase un coctel el orden de los factores sí alteran el producto, no es como en la matemática. En el momento de la mezcla de los ingredientes que se va a utilizar, es necesario tener en cuenta que las bebidas refrescantes que se van a añadir al final, si tienen gas, antes de servirlo; porque al agitarse en la coctelera, pueden perderse las burbujas, y por esta razón su efecto refrescante y potenciador del sabor, de allí la importancia del toque personal del profesional actualizado listo para innovar en sus productos, es el momento de cuidar al máximo todos los detalles porque es la etapa de terminar la elaboración del coctel; con una especial presentación llamativa y atractiva; sin caer en la presentación extravagante; predominado una presentación elegante por sobre todo. En el mundo de la coctelería existen todo un protocolo que marcan el sabor; por esta razón siempre será necesario conocer las normas principales por las que se rigen el arte de mezclar bebidas y en especial buscar la profesionalización y la actualización en la nuevas tendencias sin olvidar que el bar tender tiene que cuidar su apariencia personal estando siempre perfectamente vestido, finalmente es importante recordar la base de la práctica del bar tender que al iniciar la elaboración de un coctel se debe disponer la mise en place, es decir, siempre hay que colocar todo lo que se va a utilizar sobre la barra: refrescos, bebidas, ingredientes, frutas ya lavadas y peladas, tabla de cortar, licuadora, colador, cucharas, cucharillas, cubitera de hielo, servilleta, pinzas, paño de cristal, copas, coctelera y posavasos.

Las bebidas destiladas artesanales del viche, son un fenómeno que emerge de unos modelos locales de naturaleza culturalmente construida, a partir de patrones asentamiento, movilidad, parentesco, identidad y economía —que es lo que ocurre en el litoral Pacífico—,

encontramos que en esta y otras partes del mundo, los destilados artesanales son una importante fuente de ingresos para los productores y vendedores, no sólo bajo condiciones de marginalidad sino también con una conciencia acerca de la misma.

El viche ha logrado generar en muchos pueblos y barrios del litoral una relativa estabilidad y autosuficiencia para la red familiar empobrecida, dentro de una dependencia económica de ingresos bastante inestables y variables según la abundancia o escasez de las cosechas y la oscilación de la demanda de productos agrícolas y maderas en los centros urbanos consumidores. Por otra parte, en esas colectividades tienen lugar también las formas de reciprocidad y trabajo asociado en donde el consumo de alcohol se articula a los actos de dar y recibir, una característica de la construcción de relaciones sociales y económicas alrededor de un convite o minga, por ejemplo.

Por otra parte, las virtudes medicinales del aguardiente artesanal dentro del conocimiento médico y etnobotánico se afirman en la ingesta de botellas curadas y otros bebedizos o preparaciones que incluyen una mixtura de plantas y especies embebida en alcohol artesanal, que se utilizan en un sinnúmero de aplicaciones medicinales.

<http://www.unipacifico.edu.co:8095/unipaportal/documentos/rutadelviche.pdf>

Esta es una práctica que está presente en diversas regiones del mundo y especialmente en el Caribe (Ballester et al. 1989; Agelet y Vallés 2001; Longuefosse y Nossin 1996; citado en Volpato, Godínez y Beyra, 2009: 44-47). El proyecto de conservación de la biodiversidad para el Pacífico, Proyecto Biopacífico (PBP) tuvo lugar entre 1993 y 1996. En este, se puso énfasis en el reconocimiento de los derechos culturales y territoriales, la participación de la comunidad y la consideración de las formas locales de conocimientos (Escobar 2010: 208).

Ese saber etnobotánico tradicional puede definirse como un cuerpo acumulado de conocimiento, prácticas, y creencias acerca de las relaciones entre las personas y las plantas, el cual se transmite entre las generaciones (Volpato, Godínez y Beyra, 2009).

Las artes de curandería, mediante la elaboración de botellas balsámicas y curadas contra las mordeduras de culebra y el ‘encierro del cuerpo’ por maleficios, ‘tramas’, o para adquirir vigor, constituyen uno de los saberes que guarda relación muy estrecha con el manejo del bosque, el reconocimiento de intrincadas asociaciones de plantas, los ciclos lunares y la producción de alcohol (Meza, 2010: 225).

Las botellas curadas o balsámicas son bebidas alcohólicas “multiherbales” que sirven como medio de almacenamiento de los componentes activos de las plantas culturalmente relevantes (Volpato, Godínez y Beyra, 2009: 44).

Un licor de este tipo es el tifey haitiano, una bebida espirituosa medicinal, introducida a Cuba por migrantes franco-haitianos durante la primera migración hacia el final del siglo XVIII, con ocasión de la revolución haitiana en 1791 y entre 1913 y 1930, cuando medio millón de haitianos entraron al país de manera legal e ilegal (Pérez de la Riva 1979; Guanche and García 2000; citado en Volpato, Godínez y Beyra 2009: 44).

Los migrantes, trabajadores en los cafetales de las provincias del oriente de Cuba, trajeron sus conocimientos sobre las plantas salvajes y cultivadas e introdujeron varias de ellas en los climas templados. En ese contexto tiene lugar la preparación e ingesta del tifey, cuyas raíces y plantas tienen propiedades anticatarrales, diuréticas, y afrodisíacas, además de jugar un papel ritual importante en los cultos religiosos afro-cubanos.

El en Distrito Especial, Industrial, Portuario y Biodiverso de Buenaventura donde se desarrollará el plan de negocio para la creación Coctel Pacific, existen datos sobre de establecimiento que tienen estas mismas características del servicio que brindara el proyecto, que es Coctel Pacific ubicado en la zona céntrica del distrito.

4.3.2 TEORÍA DEL EMPRESARIO DE KIRZNER

El papel del empresario de hoy, según Israel M. Kirzner. ¿Cuál es el papel que desempeñan los empresarios actuales en el crecimiento económico según Kirzner?

Israel Meir Kirzner es considerado como uno de los economistas más reconocidos de la escuela austriaca. En 2006 recibió el Premio Mundial de Investigación en Emprendimiento, al desarrollo de la teoría económica, donde destaca la función del empresario en el crecimiento económico.

Para Kirzner, la función primordial de todo empresario debe ser la innovación, tratando de descubrir con sus habilidades todas las oportunidades que reporten beneficios que no se encuentren a la vista en el mercado.

El verdadero papel de un empresario puro, como lo cita Kirzner, es observar la existencia de oportunidades para poder vender productos a un precio mayor de que se puede adquirir. Este empresario tiende a mantener el equilibrio entre comprar a un precio atractivo a los vendedores y poder mantener el atractivo para los compradores, de este modo se puede observar a un empresario cuyo papel en el mercado es el de mantener la competitividad.

Por otra parte, le asigna un papel al empresario de “salvador de mercados”, ya que tiene la capacidad de mejorar procesos e implementar recursos tecnológicos, además de hacer los procesos más eficientes. <https://mipropiojefe.com/el-papel-del-empresario-segun-israel-m-kirzner/#:~:text=Israel%20Meir%20Kirzner%20es%20considerado,reconocidos%20de%20la%20escuela%20austriaca.&text=Para%20Kirzner%2C%20la%20funci%C3%B3n%20primordial,la%20vista%20en%20el%20mercado.>

4.3.3 SABERES Y SABORES DEL PACIFICO COLOMBIANO

La cocina tradicional es reconocida en la legislación y las políticas culturales como un campo particular del Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI). En enero del 2012 el Ministerio

de Cultura expidió la Política para el conocimiento, la salvaguardia y el fomento de la alimentación y las cocinas tradicionales de Colombia que incluye, como una de sus estrategias, el fomento, conocimiento y uso de la biodiversidad con fines alimentarios. El objetivo de esta estrategia (Estrategia IV) es el de “... fortalecer y apoyar, desde el ámbito de la cultura, el conocimiento, uso y recuperación de los recursos de la biodiversidad silvestre y cultivada para la alimentación”. Esta estrategia de la política considera “... que es necesario crear conciencia pública sobre la relación que existe entre la alimentación y la cultura culinaria y la oferta natural para velar por la protección del medio ambiente y ampliar la base alimentaria a partir del uso sostenible de la biodiversidad”.

Los saberes y tradiciones culinarias son factores fundamentales en la vida e identidad de las comunidades afrocolombianas. En el caso de los habitantes de los bosques húmedos del Chocó biogeográfico hay un interés manifiesto, en las mismas comunidades, por conocer, recuperar y conservar sus tradiciones culinarias como parte de sus sistemas locales de seguridad y soberanía alimentaria.

<http://patrimonio.mincultura.gov.co/Publicaciones%20Cocinas/Saberes%20y%20sabores%20del%20Paci%CC%81fico%20Colombiano.pdf>

La cocina tradicional se ha definido como la producción y recolección de productos alimenticios, la adquisición de otros, su transformación, conservación, preparación y presentación, y el consumo de los alimentos siguiendo tradiciones productivas y culinarias colectivas que se reproducen e innovan de manera permanente y se transmiten de generación en generación. Estas comidas son consideradas por las comunidades, las familias y las personas, como parte sustancial de su bienestar y de su patrimonio cultural.

4.4 MARCO LEGAL

A continuación, se presenta diferentes, leyes, normas y decretos que se refieren a las acciones y a las que está sujeta Coctel Pacific como empresa.

4.4.1 LEYES DE EMPRENDIMIENTO.

La Constitución política colombiana, en su artículo 38 sobre la Libertad de Asociación:

Artículo 38: Se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad. Esta norma constitucional es la que garantiza a los colombianos la libertad de asociación de personas (sean personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras); Las personas jurídicas sin ánimo de lucro, pueden ser asociaciones, fundaciones y corporaciones.

Las personas jurídicas con ánimo de lucro, puede ser: sociedades de responsabilidad limitada, sociedades anónimas, sociedades por acciones simplificadas, entre otras.

Ley 905 de 2004; Por medio de esta se promociona la creación de la pequeña y mediana empresa.

Artículo 1°. El literal b) del artículo 1° de la Ley 590 de 2000 quedará así: “b) Estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, Mipymes”.

Ley 1014 de 2006: Por la cual se trata el fomento de la cultura emprendedora y la creación de empresas en Colombia.

Artículo 1°. Definiciones a) Cultura: Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización;

Artículo 2°. Objeto de la ley. La presente ley tiene por objeto: a) Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos

en la presente ley; b) Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas; c) Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas;

Ley 1258 de 2008; Modelo legal para la constitución de personas jurídicas, en específico, Sociedades por Acciones Simplificadas (S.A.S), ésta opera aparte del código de comercio.

Artículo 1°. Constitución. - La sociedad por acciones simplificada podrán constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

4.4.2 DECRETOS REGULADORES SOBRE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS.

Ley 34 de 1948: Esta es la primera ley con la que se regula la fabricación, venta y consumo en Colombia de las bebidas fermentadas de origen de caña de azúcar y maíz entre otras, regulando el proceso de fermentación y pasteurización por medio de la regulación del gobierno nacional para la protección del consumidor.

Decreto 2742 de 1991: Referente a la importación y venta de bebidas alcohólicas y similares: que en desarrollo de la política de apertura económica diseñada por el Gobierno Nacional, se hace necesario modificar y agilizar los trámites administrativos exigidos para la concesión del registro sanitario para la importación y venta en el territorio nacional de medicamentos, productos homeopáticos, preparaciones farmacéuticas a base de productos naturales, bebidas alcohólicas, productos varios, cosméticos y similares.

Decreto 1686 de 2012: Por el cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que se deben cumplir para la fabricación, elaboración, hidratación,

envase, almacenamiento, distribución, transporte, comercialización, expendio, exportación e importación de bebidas alcohólicas destinadas para consumo humano.

4.4.3 TÍTULOS Y ARTÍCULOS EN EL CÓDIGO DE COMERCIO ACERCA DEL EMPRENDIMIENTO.

Título III, artículo 294: Sobre constitución de sociedades colectivas.

4.5 MARCO CONCEPTUAL

Coctel Pacific: Establecimiento en donde se ofrecen bebidas tipo cóctel a base de viche y frutas, con ambientación visual y auditiva, en el horario de 5pm a 2am.

Coctel: Bebida que se prepara mezclando licores con jugos u otros ingredientes.

El viche o biche: es una bebida alcohólica de tipo artesanal típica del Pacífico colombiano. Durante siglos los habitantes de esta región (Valle, Chocó, Nariño, Cauca) lo usaron para curar enfermedades como dolores estomacales, control de parásitos intestinales, para las mordeduras de culebras, también para aumentar el vigor y la fertilidad, por eso se conoce como una bebida con efectos afrodisíacos. [https://es.wikipedia.org/wiki/Viche_\(bebida\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Viche_(bebida)).

Vodka: Bebida destilada, hecha a base de la fermentación de granos y plantas ricas en almidón como el centeno y el trigo, su grado de alcohol se encuentra entre el 37 y 50.

<https://www.drinksco.es/blog/elaboracion-vodka-1693824#:~:text=El%20vodka%20se%20produce%20generalmente,al%20agua%20y%20el%20etanol>.

Ginebra: Bebida hecha a base de hierbas destiladas, conservando sabores herbales, su grado de alcohol oscila entre 37 y 45.

Triple sec: También conocido como Triple seco, es un licor incoloro, el cual debe su nombre a su triple proceso de destilación, la cual es realizada a base de cáscaras de naranja, este conteniendo 40% de alcohol.

Limón: Fruta comestible de sabor ácido y con mucha fragancia, usada principalmente en la alimentación, tiene alto contenido de vitamina C y ácido cítrico.

Piña: Fruta de escaso corte y hojas duras, con mucha fragancia y dulzor, utilizado en la culinaria.

Mora: Eterio compuesto de pequeñas drupas, estas son fuente de sales y minerales, con bajo nivel de calorías debido a su poco nivel de hidrato de carbono, lo que hace que ayude al metabolismo.

5. ASPECTOS METODOLÓGICOS

5.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Cualitativo: Con el objetivo de conocer los gustos, las preferencias y las percepciones de las personas acerca de Cóctel Pacific, se utilizó un enfoque cualitativo, el cual permite llegar más a fondo en cada uno de los ítems mencionados anteriormente. Blasco y Pérez (2007:25), señalan que la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas. Utiliza variedad de para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes.

Cuantitativo: Con el fin de conocer datos exactos en cifras y cantidades que nos permitan llegar a datos como ventas, clientes e insumos, se utilizó el enfoque cuantitativo. Según Tamayo (2007), consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de

hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio.

5.1.1 TIPO DE ESTUDIO

Descriptivo: Con la finalidad de estudiar a los clientes, resulta de suma importancia detallar las características de estos, lo cual sirve como materia prima para distinguir la demanda y establecer las prácticas de comercialización a desarrollar, tomando como herramienta de estudio, las tendencias, de acuerdo a sus niveles de consumo en productos y contacto con la competencia. Todo esto permitirá reconocer las distintas características y aptitudes de los fenómenos que ocurren durante la realización del estudio investigativo.

Con la realización de lo mencionado en el párrafo anterior, se busca obtener una visión precisa de aspectos particulares del mercado, como el nivel de aceptación, tanto de productos, como del lugar, además de estudiar a los consumidores de acuerdo a su relación con la competencia y sus características socioeconómicas y demográficas, de esta manera se detallará la percepción de los clientes respecto a Cóctel Pacific.

Según Tamayo y Tamayo (1981), “Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente.”

5.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

La técnica de investigación seleccionada para el desarrollo de esta investigación es el método deductivo, esta ayudará a definir la viabilidad del proyecto, partiendo de situaciones generales con el objetivo de llegar a situaciones particulares, ya que esto permite analizar las expresiones del objeto o tema de investigación.

Método deductivo: Mediante la obtención de una extensa descripción del sector, usando la información recolectada en las encuestas, con el fin de analizar situaciones particulares para darse a conocer por el público. Además, con esto se busca definir las opciones y soluciones para llevar a cabo la idea de negocio de manera efectiva y eficaz, de acuerdo a lo que quieren los consumidores.

De acuerdo a Ander-Egg, E. (1997, p. 97) “es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones. La inducción puede ser completa o incompleta”.

5.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

Se ha identificado como público objetivo personas entre 20 y 54 años de edad que devenguen ingresos, sin importar estrato, ni actividad económica, esta población ha sido identificada por los autores gracias a la información obtenida de la población de Buenaventura entre los años 2011 y 2014 y el posterior cálculo de aumento poblacional, se escogió este rango de edades porque cumplen con la condición de ser mayores de edad y estar en etapa productiva o laboral, así como en etapa de educación superior.

5.4 FUENTES DE INFORMACIÓN

5.4.1 FUENTES PRIMARIAS

Las fuentes primarias son aquellas que contienen información nueva y original, resultado de un trabajo intelectual. Con el fin de reunir información y datos que permitan conocer, indagar y realizar conclusiones acerca del problema a investigar, con el fin de conocer los comportamientos y los hábitos de los potenciales clientes, obteniendo información de lo que le gustaría a la hora de consumir un cóctel a base de bebidas típicas del Pacífico, para esto se usarán fuentes primarias, ya que los autores lo ven necesario, pues obtendrán información de manera directa.

Bounocore (1980) define a las fuentes primarias de información como “las que contienen información original no abreviada ni traducida: tesis, libros, nomografías, artículos de revista, manuscritos. Se les llama también fuentes de información de primera mano”

5.4.2 FUENTES SECUNDARIAS

Son aquellas que contienen información organizada, elaborada, fruto de análisis, extracción o reajuste que cita a documentos primarios. Con el fin de obtener información que será usada para el desarrollo de este estudio investigativo, se hará uso de información contenida en libros, páginas oficiales con datos estadísticos como la cámara de comercio de Buenaventura, la página oficial del DANE, bibliotecas virtuales, así como físicas, de las cuales se pueda obtener información como, población y el crecimiento de esta, clasificación por edades, además de otros datos que son considerados importantes por los autores y pueden ser recolectados a través de las fuentes ya mencionadas. Bounocore (1980) las define como aquellas que “contienen datos o informaciones reelaborados o sintetizado” Ejemplo de ella lo serían los resúmenes, obras de referencia (diccionarios o enciclopedias), un cuadro estadístico elaborado con múltiples fuentes entre otros.

5.4.3 FUENTES Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

- **La observación:** Consiste en observar atentamente el fenómeno a estudiar, para así tomar información y registrarla para posterior análisis. Realizando un análisis sobre las conductas de compra existentes en los clientes que consumen algún tipo de licor, los factores que tienen en cuenta a la hora de adquirir alguna clase de bebida alcohólica. Los trabajos de campo serán los usados en esta técnica, realizando visitas a los establecimientos como bares y los llamados, debido a las grandes cantidades de bebida que pueden llegar a vender en un período de tiempo.

Sabino (1992:111-113), la observación es una técnica antiquísima, cuyos primeros aportes sería imposible rastrear. A través de sus sentidos, el hombre capta la realidad que lo

rodea, que luego organiza intelectualmente y agrega: La observación puede definirse, como el uso sistemático de nuestros sentidos en la búsqueda de los datos que necesitamos para resolver un problema de investigación.

- **Encuestas:** Una encuesta es una técnica dentro de los diseños de una investigación descriptiva en el que el investigador recopila datos mediante el cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información ya sea para entregarlo en forma de gráfica o tabla. El indagar acerca de lo que los clientes potenciales aguardan acerca de un nuevo producto o lo que quieren en este, resulta esencial, esto puede suponer cambios para procesos productivos y para la constitución del ente comercial.

Según Naresh K. Malhotra (2004), las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado, dicho cuestionario está diseñado para obtener información específica.

5.4.4 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Es la parte de la investigación que aborda la pregunta, ¿qué quiero hacer con los datos observados?, una vez recopilada la información, se procederá a tabularse, con un programa estadístico, el cual permitirá tener resultados exactos y así poder realizar un profundo análisis a la información obtenida, posterior a esto se realizará una deducción de cada uno de los resultados arrojados mediante la tabulación de la encuesta usando Microsoft Excel.

5.4.5 TÉCNICA ESTADÍSTICAS

Técnicas estadísticas como, tabulación en Microsoft Excel, muestra, gráficos, figuras, encuestas, fórmulas matemáticas, métodos de proyección, inferencias estadísticas, análisis de información estadística, serán usadas con el fin de poder determinar la oferta y la demanda y conocer el comportamiento de los clientes potenciales.

5.4.6 PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Consiste en una serie de procesos para el manejo de datos cualitativos y cuantitativos. El resultado obtenido del análisis de la información será presentado de forma física y digital, esta contiene información escrita, gráficos, porcentajes, tablas y cuadros, para que haya un mayor entendimiento estará dividida por capítulos.

6. ESTUDIO DE MERCADO

Un estudio de mercado pretende determinar la viabilidad de un proyecto en materia de participación en el mercado, en este caso de la creación de un establecimiento tipo bar, para venta de cócteles de fruta a base de viche llamado Cóctel Pacific en el distrito de Buenaventura, mediante el cálculo de consumidores actuales y potenciales, la oferta y la demanda, definir los medios utilizados para que Cóctel Pacific sea conocido por el público, así como los costos de estos, el uso de herramientas de investigación como la encuesta permiten conocer de primera mano aquello que el público quiere y espera de Cóctel Pacific.

6.1 OBJETIVOS

6.1.1 GENERAL

Determinar gustos y preferencias del consumidor, a través de una investigación de mercado a fin de conocer el nivel de aceptación que tendrá el producto en el segmento específico de los Cocteles de frutas a base de viche en el Distrito de Buenaventura y determinar la estructura del mercado.

6.1.2 ESPECÍFICOS

- Caracterizar la población objeto de estudio por parte de Cóctel Pacific.
- Definir y especificar, naturaleza y uso del producto y/o servicio.
- Detallar la extensión geográfica a cubrir por parte de Coctel Pacific.
- Realizar un análisis y proyección de la demanda y de la oferta.
- Definir las políticas de precios.
- Realizar un análisis comparativo de la competencia existente para Coctel Pacific.
- Diseñar las prácticas de comercialización estratégicas para el negocio.

6.2 CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN

6.2.1 POBLACIÓN

De acuerdo con el presente trabajo investigativo, la población objeto de estudio está conformada por los habitantes de Buenaventura con edades entre 20 y 54 años. Se escoge este rango de edades, por considerarse el más apropiado, teniendo en cuenta que a la hora de realizar la encuesta se pudo denotar que las personas en este rango de edades son las que mayormente concurren en lugares como bares, discotecas y festividades. En el presente estudio se detallarán, una serie de componentes, tales como:

- Ingresos.
- Costumbres.

Los cuales definirán la población con la cual operará Cóctel Pacific.

De acuerdo a la información obtenida en el DANE acerca de la población bonaverense entre los años 2011-2014, arroja una población total de 88.659 hombres en edades entre 20 y 54 años y de 96.859 mujeres entre el mismo rango de edad.

Tabla 2: Población de Buenaventura 2011-2014

Población Hombre-Mujer y rangos de edad – Buenaventura												
Periodo 2011 - 2014												
EDAD	2011			2012			2013			2014		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
0-4	20.737	19.722	40.459	21.074	20.004	41.078	21.391	20.304	41.695	21.688	20.609	42.297
5-9	19.578	19.158	38.736	19.619	19.135	38.754	19.784	19.181	38.965	20.043	19.312	39.355
10-14	20.083	19.490	39.573	19.982	19.399	39.381	19.844	19.300	39.144	19.729	19.227	38.956
15-19	19.657	19.458	39.115	19.803	19.557	39.360	19.912	19.602	39.514	19.974	19.598	39.572
20-24	18.026	18.031	36.057	18.394	18.431	36.825	18.707	18.807	37.514	18.973	19.129	38.102
25-29	15.024	16.016	31.040	15.597	16.426	32.023	16.201	16.858	33.059	16.784	17.299	34.083
30-34	12.900	14.385	27.285	13.226	14.742	27.968	13.557	15.084	28.641	13.928	15.430	29.358
35-39	10.829	12.237	23.066	11.241	12.683	23.924	11.678	13.162	24.840	12.109	13.637	25.746
40-44	9.411	10.870	20.281	9.615	11.058	20.673	9.839	11.278	21.117	10.102	11.545	21.647
45-49	8.362	9.920	18.282	8.559	10.139	18.698	8.755	10.334	19.089	8.946	10.513	19.459
50-54	7.117	8.260	15.377	7.359	8.611	15.970	7.594	8.968	16.562	7.817	9.306	17.123
55-59	5.699	6.795	12.494	5.943	7.058	13.001	6.191	7.319	13.510	6.438	7.592	14.030
60-64	4.303	5.046	9.349	4.512	5.394	9.906	4.727	5.744	10.471	4.943	6.080	11.023
65-69	3.043	3.454	6.497	3.194	3.665	6.859	3.367	3.925	7.292	3.550	4.219	7.769
70-74	2.300	2.959	5.259	2.329	2.941	5.270	2.367	2.937	5.304	2.428	2.976	5.404
75-79	1.602	2.271	3.873	1.674	2.425	4.099	1.729	2.533	4.262	1.773	2.610	4.383
80 Y Mas	1.242	1.883	3.125	1.309	2.007	3.316	1.381	2.144	3.525	1.458	2.289	3.747
TOTAL	178.913	189.955	368.868	183.430	193.675	377.105	187.024	197.480	384.504	190.683	201.371	392.054

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, se tomaron estudios realizados por la Cámara de Comercio de Buenaventura, en la cual se expone que la población crecerá en un 2% entre 2014-2017. Es por eso que se tomaron como base los valores del año 2014 y se les aplicó el mismo porcentaje y de esa manera arrojaron los resultados que se encuentran en la siguiente tabla.

Tabla 3: Proyección población 2015-2020 con incremento del 2% anual.

Rango de edad	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
20-24	38102	38864	39641	40434	41243	42068	42909	43.767
25-29	34083	34765	35460	36169	36893	37630	38383	39.151
30-34	29358	29945	30544	31155	31778	32414	33062	33.723
35-39	25746	26261	26786	27322	27868	28426	28995	29.574
40-44	21647	22080	22522	22972	23431	23900	24378	24.866
45-49	19459	19848	20245	20650	21063	21484	21914	22.352
50-54	17123	17465	17815	18171	18534	18905	19283	19.669
Total	185518	189228	193013	196873	200811	204827	208924	213.102

Fuente: Elaboración propia

Es por esto que se asume este 2% para calcular el tamaño poblacional desde el año 2021 hasta el año 2025, período en el cual se desarrollará el proyecto, tomando el 2021 como año base para la realización de este estudio. Para el cálculo de la demanda futura, se estableció un crecimiento porcentual del 2%, basados en la analogía histórica en materia de crecimiento de la población en Buenaventura.

Tabla 4: Demanda futura con incremento del 2% anual.

Rango de edad	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026
20-24	44.643	45.535	46.446	47.375	48.323
25-29	39.934	40.732	41.547	42.378	43.226
30-34	34.398	35.086	35.787	36.503	37.233
35-39	30.166	30.769	31.384	32.012	32.652
40-44	25.363	25.870	26.388	26.915	27.453
45-49	22.799	23.255	23.720	24.195	24.679
50-54	20.062	20.464	20.873	21.290	21.716
Total	217.364	221.711	226.145	230.668	235.281

Fuente: Elaboración propia

6.2.2 INGRESOS

Considerando que, en el presente estudio de investigación, se pretende ofrecer a Cóctel Pacific, a personas con edades entre 20 y 54, que devengan ingresos, sin importar el tipo de labor que desarrollan, como lo son, estudiantes de educación superior, trabajadores, comerciantes y empresarios del Distrito.

Los ingresos expuestos en la siguiente tabla, corresponden a supuestos realizados por los autores, ya que no se cuenta con una fuente que permita conocer los ingresos por edades en el Distrito.

Tabla 5: Ingresos de la población

Rango de edades	Población total (2022)	Ingresos promedio
20 – 24	44.643	1.100.000
25 – 29	39.934	1.350.000
30 – 34	34.398	1.600.000
35 – 39	30.166	2.000.000
40 – 45	25.363	2.200.000
45 – 50	22.799	2.500.000
50 – 54	20.062	3.000.000
Total	217.364	

Fuente: Elaboración propia

6.2.3 COSTUMBRES

De acuerdo con el análisis realizado por los autores, se detallan comportamientos los cuales denotan actividades muy típicas de las personas del distrito, como; el gusto por las festividades, la cultura de salir de fiesta o compartir en fechas especiales, así como en fechas de inicio, mitad y final de mes, coincidiendo con las fechas en las cuales perciben un salario, así como un notable crecimiento en el consumo de bebidas típicas en el Pacífico, las cuales tienen como base el viche que en este caso es el principal elemento de este proyecto, por otra parte el consumo de cócteles va arraigado al querer probar algo diferente y tener nuevas experiencias por parte de los consumidores.

Características propias de los consumidores

De acuerdo a la encuesta realizada en nuestro estudio se pudo analizar y evidenciar que en buenaventura las personas en un alto porcentaje gastan en esparcimiento y recreación y según la revista el Heraldó “Todo ser humano tiene derecho a la recreación, de hecho, está contemplado en los derechos del ser humano como un proceso de desarrollo integral.

Además, es una oportunidad para satisfacer unas de las necesidades para desarrollarse como humano en el ámbito cultural y social que marque la vida digna y estilo de vida de una persona.”

“Cabe señalar que la recreación propicia elementos para un desarrollo de la personalidad del individuo ya que le permite demostrar sus valores en el momento en que se recrea”

Los bonaverenses los identifica su carisma y alegría; celebraciones como cumpleaños, boda, aniversarios, bautizos, baby shower y parches de amigos, entre otros, son los espacios que se reflejan en sus calles y en lugares como discoteca, clubs nocturnos, bares y restaurante enmarcan la cultura y el sabor que llevan en su corazón.

<https://www.elheraldo.hn/opinion/763395-368/importancia-de-la-recreaci%C3%B3n-en-el-ser-humano>

Es por ello que como autores de esta propuesta vemos la viabilidad de este proyecto ya que esta encamino por la ruta de la recreación y esparcimiento de la identidad cultural de los bonaverense.

6.3 NATURALEZA Y USO DEL PRODUCTO.

6.3.1 NATURALEZA

Cóctel Pacific, es una línea de cócteles de frutas a base de viche, el cual tiene el distintivo de contar un ingrediente que resalta la historia y la cultura y gran parte de la ancestralidad del pacífico colombiano, como lo es el viche, el objetivo es generar una bebida agradable, la cual contenga alcohol, y evoque aquellas tradiciones culturales propias del territorio o expanda estas.

A continuación, una exposición en detalle del proyecto a desarrollar:

Como primera medida, se precisa que; los cócteles realizados por Cóctel Pacific, en su composición son similares a muchos otros, con la variante del uso de viche, la cual será la esencia de estos, seguido a esto, se especificarán los componentes del producto:

Cóctel de limón: Su preparación consta de una mezcla de viche, extracto de limón, panela fundida, gaseosa Sprite, hielo, rebanadas de limón y vodka.

Cóctel de Mora: Este es hecho a base de viche, néctar de mora, panela fundida, soda líquida, fragmentos de mora, hielo y triple sec.

Cóctel de Piña: Contiene viche, zumo de piña oro miel, panela fundida, soda líquida, ron Bacardí blanco, hielo y trozos de piña.

En segunda medida, Cóctel Pacific brinda un servicio de atención al cliente diferenciador, puesto que se enfoca en la cultura del Pacífico colombiano, pero sin dejar de lado la expansión cultural presente en los últimos años.

6.3.2 CLASIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Los productos deben ser clasificados según su naturaleza, de acuerdo a las características que unidas conforman un todo, en este caso el producto, la duración de este, resulta significativamente importante para esta clasificación “Por su vida de almacén se

clasifican en duraderos (no perecederos), como son los aparatos eléctricos, herramientas, muebles y otros, y no duraderos (perecederos), que son principalmente alimentos frescos y envasados.” (Urbina, 2010, p.15).

De acuerdo con lo dicho por el autor, pero teniendo en cuenta dos factores vitales a la hora de analizar este producto, que son, en primer punto, las bebidas alcohólicas no cuentan con una fecha de caducidad y en segundo punto, que las frutas si lo tienen se llegó a la conclusión de que, los cócteles realizados por Cóctel Pacific son de clasificación perecederos.

6.3.3 VENTAJAS

- Bebida 100% natural.
- Bebida afrodisíaca.
- Adquisición de conocimientos propios de la región.

6.3.4 PRODUCTOS SUSTITUTOS Y COMPLEMENTARIOS

Cóctel Pacific y su línea de cócteles busca ingresar al mercado como un producto sustituto a los otros tipos de cócteles existentes, con el objetivo de crearse un lugar en el mercado. Teniendo lo anterior en cuenta, a continuación, los productos con los cuales Cóctel Pacific debe competir:

- **Coctel:** Bebida que se prepara mezclando licores con jugos u otros ingredientes.

6.4 EXTENSIÓN GEOGRÁFICA A CUBRIR

6.4.1 EXTENSIÓN GEOGRÁFICA

Para el desarrollo de esta investigación, se ha escogido el Distrito de Buenaventura por tres razones en especial, la primera es, al Buenaventura ser un territorio comúnmente visitado por turistas y empresarios y al contar con una población y cultura, rica en temas como, el baile, el canto y las distintas expresiones artísticas, hace de este un territorio con gran consumo de alcohol por parte de sus habitantes y aquellos que deciden visitarlo, esta

razón hace que, Cóctel Pacific se enfoque a un crecimiento con miras a cubrir la gran afluencia de turistas que visitan el Distrito, tomándolo como un mercado futuro a mediano plazo.

La segunda razón, se determina por la facilidad que tiene el territorio para la obtención de información, fácil movilidad, lo cual resulta beneficioso el desarrollo de este tipo de proyectos en el distrito.

La tercera y última razón, está dada por el arraigo y aprecio de los autores por este territorio y su sentido de pertenencia, por lo cual mediante el desarrollo de esta investigación buscan contribuir al desarrollo sociocultural, económico y a una expansión del conocimiento sobre el distrito.

6.5 ANÁLISIS DE LA PROYECCIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

6.5.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA HISTÓRICA

Para realizar un análisis histórico, se deberían tomar como referencia productos semejantes a los expuestos en este trabajo, pero no existe un establecimiento dedicado a la venta de este tipo de cócteles de fruta, a base de viche, ya que, los establecimientos que expenden cócteles no cuentan con el viche como uno de los ingredientes de su preparación, por otra lado, las bebidas típicas del pacífico al no estar industrializadas, no representan un ingreso en materia de impuestos, es por eso que no se puede realizar un análisis referente a la demanda histórica de este productos.

6.5.2 DEMANDA ACTUAL

La demanda actual en materia de producción y comercialización por parte de Cóctel Pacific, está dada por las personas con edades entre 20 y 54 años, que devengan algún tipo de ingresos, sin importar el tipo de actividad que estos desempeñen.

Por otra parte, se selecciona el 6% de la población del año 2021, el cual representa el mercado objetivo de Cóctel Pacific.

(<http://www.Buenaventura.gov.co/articulos/informacion-general>)

Tabla 6: Demanda actual

Rango de edad	Población año 2022	Mercado objetivo (6%)
20 – 24	44.643	2.679
25 – 29	39.934	2.396
30 – 34	34.398	2.064
35 – 39	30.166	1.810
40 – 45	25.363	1.522
45 – 50	22.799	1.368
50 – 54	20.062	1.204
Total	217.365	13.042

Fuente: Elaboración propia

- **Proceso de muestreo.** El sistema de muestreo a aplicar es muestreo aleatorio simple.
- **Elemento muestral:** Estudiantes de las universidades, trabajadores de las distintas empresas asentadas en el distrito de Buenaventura, entre otros.
- **Unidad muestral:** Conformada por los estudiantes de las distintas universidades, trabajadores de las distintas empresas asentadas en el distrito de Buenaventura, entre otros con edades entre 20 y 54 años.
- **Alcance.** Distrito de Buenaventura.
- **Tiempo.** El instrumento requiere para su proceso de aplicación un periodo de 8 días calendario del 24 de julio al 1 de agosto de 2020.
- **Marco muestral.** Se utilizará en la investigación un nivel de confianza del 95% y un error de estimación del 5%, para la cual se aplicará la siguiente fórmula estadística:

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

N= Tamaño Poblacional.

n = Tamaño muestral.

p = Probabilidad de éxito.

q = Probabilidad de fracaso.

e2 = Error de estimación.

Z = Número de desviación estándar con relación al promedio.

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 2}{0.05^2(217.365 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5} = 384 \text{ Encuestas a realizar}$$

De acuerdo al tamaño poblacional y a los cálculos realizados con la fórmula designada para calcular el tamaño muestral con el cual se realizará la encuesta, con el objetivo de conocer los clientes potenciales y la percepción de estos. Es por esto que se tomó el total de la población del año 2021, la cual es de 217.365 personas, con un error muestral del 5%, así como un nivel de confianza del 95%, aplicada dicha fórmula, se obtuvo como resultado que, el número de personas a encuestar es de 384.

<https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2016/02/Dise%C3%B1o-Muestral-EME-4.pdf>

6.5.2.1 POBLACIÓN ACAPARADA DEL MERCADO OBJETIVO

Cóctel Pacific cuenta con algunos factores que le juegan en contra al momento de competir con otros establecimientos, uno de estos es el ser un negocio totalmente nuevo, el ser uno de los pocos dedicados a este tipo de actividades, las horas muertas o mejor llamadas, horas de poca afluencia de público, es por eso que se determinó un porcentaje del mercado objetivo como población acaparada de este o ventas reales, este porcentaje es del 80%.

Tabla 7: Población acaparada del mercado objetivo

Rango de edad	Población año 2022	Mercado objetivo (6%)	Población acaparada (80%)
20 – 24	44.643	2.679	2.143
25 – 29	39.934	2.396	1.917
30 – 34	34.398	2.064	1.651

35 – 39	30.166	1.810	1.448
40 – 45	25.363	1.522	1.217
45 – 50	22.799	1.368	1.094
50 – 54	20.062	1.204	963
Total	217.364	13.042	10.434

Fuente: Elaboración propia

6.5.3 PRONÓSTICO DE LA DEMANDA FUTURA

Para el producto denominado Cóctel Pacific, se ha establecido la demanda futura de la siguiente manera:

No se harán uso de analogías históricas, para esto se han tomado las respuestas de las personas encuestadas, en relación a si comprarían o no el producto y de acuerdo con la muestra, la cual es sustanciosamente representativa, se puede hacer alusión a la cantidad de personas que presentan disposición a adquirir el producto de acuerdo a los resultados obtenidos mediante la herramienta investigativa, en relación al porcentaje establecido como mercado objetivo año a año, el método usado para el cálculo de la demanda está basado en el análisis de la necesidad.

Tabla 8: Pronóstico de la demanda futura

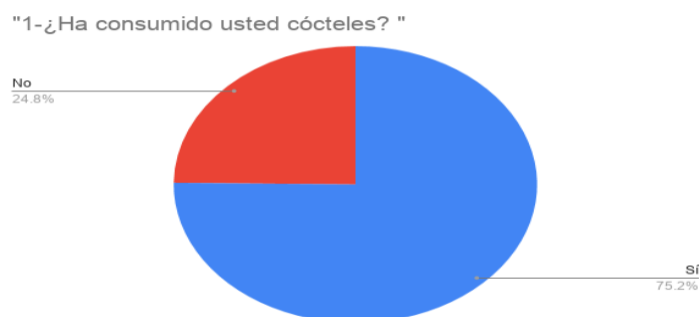
Rango de edad	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026
Aumento (%)	2%	2%	2%	2%	2%
20-24	2.143	2.186	2.229	2.274	2.320
25-29	1.917	1.955	1.994	2.034	2.075
30-34	1.651	1.684	1.718	1.752	1.787
35-39	1.448	1.477	1.506	1.537	1.567
40-44	1.217	1.242	1.267	1.292	1.318
45-49	1.094	1.116	1.139	1.161	1.185
50-54	963	982	1.002	1.022	1.042
Total	10.434	10.642	10.855	11.072	11.294

Fuente: Elaboración propia

6.5.4 ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

Luego de la realización de esta herramienta investigativa conocida como encuesta, se pudo concluir que, Cóctel Pacific cuenta con un gran nivel de aceptación por parte del público, generando curiosidad por este tipo de proyectos, para la realización de esta encuesta se realizó el cálculo de la muestra poblacional de personas con un rango de edad entre 20 y 54, la cual fue de 384, la encuesta fue diseñada con un total de quince preguntas, dirigida para público consumidor de licor, así como para quienes no lo consumen. A continuación, se expondrán los resultados obtenidos en cada una de las preguntas, así como una conclusión acerca de estas.

Ilustración 1: Pregunta 1



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados, se puede observar que el 75,2% de los encuestados han tenido consumido algún tipo de cóctel, pero también se puede detallar que, el 24,8% restante no han probado la bebida en mención.

Ilustración 2: Pregunta 2



Fuente: Elaboración propia

El 53,7% de las personas que no han consumido algún tipo de cóctel tienen como motivo el no consumo de bebidas alcohólicas, como segundo motivo con un porcentaje del 29,5% se hallan en el no haber recibido alguna recomendación acerca de estos, seguido del 9,5% que representa a las personas que prefieren no consumir bebidas con un nivel de alcohol moderado y por último están el 7,4% que son aquellos que no se encontraron inmersos en algunas de las respuestas anteriores.

Ilustración 3: Pregunta 3

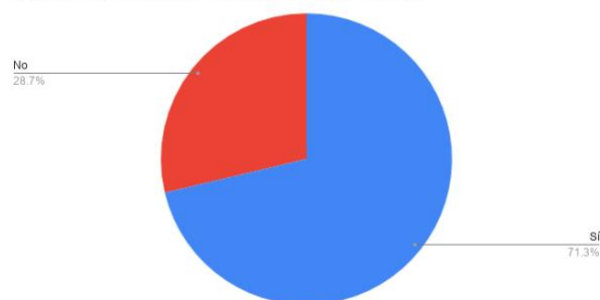


Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos, se puede concluir que, el 58,7% de las personas tienen conocimiento o una percepción de cuáles son los ingredientes que componen un cóctel, por otra parte, el 41,3% de las personas no tienen conocimiento alguno acerca de estos.

Ilustración 4: Pregunta 4

4-¿Sabía usted que los cócteles pueden ser personalizados de acuerdo al gusto del consumidor e incluso no llevar alcohol?

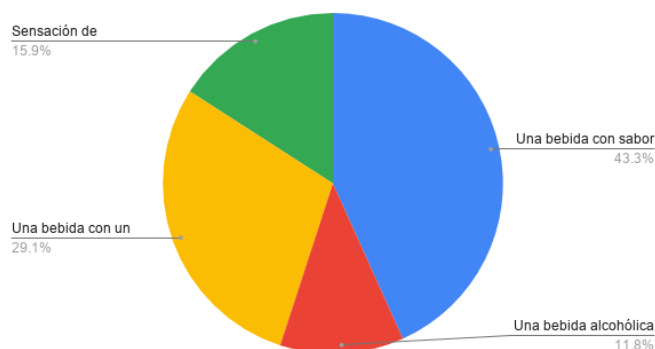


Fuente: Elaboración propia

A la hora de analizar los resultados de esta pregunta, se obtiene como resultado que, el 71,3% de personas encuestadas están familiarizados con que los cócteles pueden ser personalizados e incluso no tener alcohol en su composición, mientras que, el 28,7% restante no lo está.

Ilustración 5: Pregunta 5

"5-¿Qué busca usted a la hora de consumir un cóctel?"



Fuente: Elaboración propia

Según el desenlace de esta pregunta, la cual busca conocer los motivos por los cuales las personas consumen o consumirían un cóctel, encontramos que el más escogido con un porcentaje del 43,3% fue, la búsqueda de una bebida con sabor agradable, en segundo lugar, con un 29,1% una bebida con un nivel de alcohol moderado, en tercer lugar, la sensación de

embriaguez que este le puede generar representó el 15,9%, por último, el 11,8% se decidió por el consumir una bebida alcohólica con poco sabor a este.

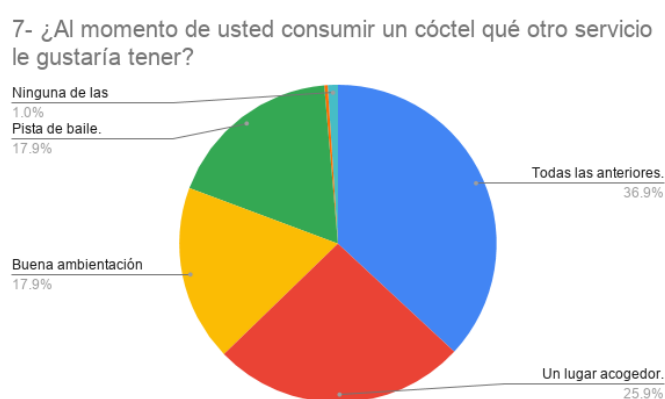
Ilustración 6: Pregunta 6



Fuente: Elaboración propia

Según los datos arrojados por esta pregunta, se encuentra que, el 27,7% de las personas buscan sabores como limón, el 24,6% piña y el 17,6% fresa, no muy lejos de estas se encuentran el 17% de personas que escogieron la mora como su fruta favorita y para finalizar con un porcentaje del 13,1% se encuentran aquellos que hicieron mención a otro tipo de frutas, como lulo, kiwi, maracuyá, entre otros.

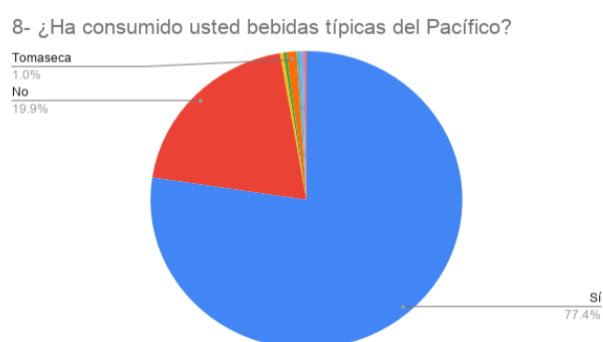
Ilustración 7: Pregunta 7



Fuente: Elaboración propia

El 36,9% de las personas buscan a la hora de consumir un cóctel, un cúmulo de servicios o prestaciones a la hora de consumir un cóctel, las cuales van desde una buena un lugar acogedor, pista de baile y buena ambientación auditiva y visual, las cuales a su vez representan el 25,9%, 17,9% y 17,9% respectivamente, ya que algunas personas escogieron sólo una de estas, mientras que para el 1% sobrante es irrelevante o no se deciden por ninguna de estas.

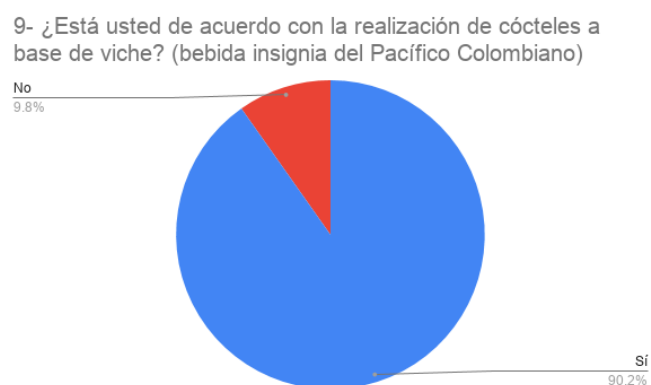
Ilustración 8: Pregunta 8



Fuente: Elaboración propia

Se observa que, 77,4% de las personas encuestadas, de una u otra manera han consumido alguna bebida típica del Pacífico colombiano, por otra parte, el 19, 9% expresa que no ha consumido este tipo de bebidas, mientras que el 2,7% restante decidió dar nombres de bebidas típicas del Pacífico colombiano como tomaseca, arrechón, entre otras, denotando que su respuesta puede ser incluida en la casilla denominada Sí.

Ilustración 9: Pregunta 9



Fuente: Elaboración propia

El 90,2% de los encuestados muestra una respuesta favorable en esta pregunta, la cual se enfoca en el pensamiento de las personas acerca de la realización de cócteles a base de viche se inclinan por el SÍ, entretanto el 9,8% remanente dice que NO.

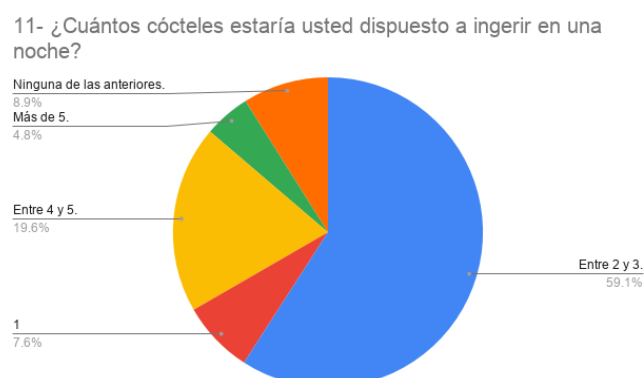
Ilustración 10: Pregunta 10



Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos, el 35,4% de las personas prefieren precios entre \$13.000 y \$15.000, en segundo lugar y no muy lejos del primero con un 34,4%, se halló el rango entre \$10.000 y \$12.000, en tercer lugar, los precios que van entre \$16.000 y \$18.000, con un 20,3%, mientras que algunos expusieron que no estarían dispuestos a pagar por un cóctel, representados en el 9,3% de los encuestados y algunos que propusieron otros precios, representados 0,6% restante.

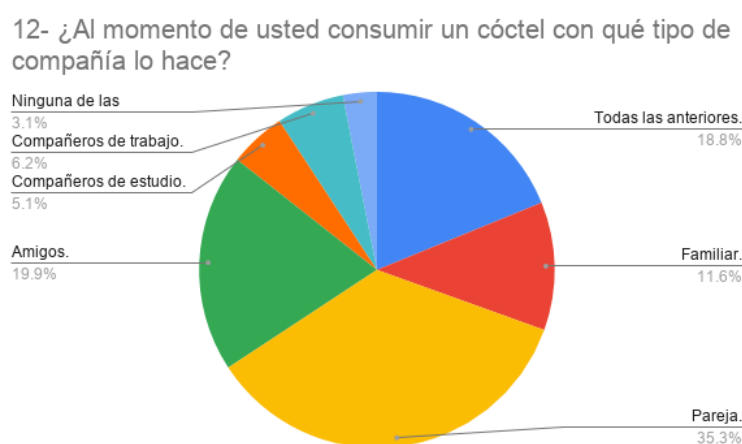
Ilustración 11: Pregunta 11



Fuente: Elaboración propia

La población encuesta indica que, en términos de cantidades de posible consumo de cócteles a base de viche, el 59,1% expone que están dispuestos a consumir entre dos y tres cócteles por noche, seguidos por aquellos que seleccionan la opción que menciona entre cuatro y cinco cócteles, representados en un 19,6%, mientras que el 8,9% manifiesta que no están dispuestos a consumir ni tan siquiera un cóctel, en menor medida siguen aquellos que consumirían uno, con un 7,6% y por último los que consumirían cinco cócteles con el 4,8%.

Ilustración 12: Pregunta 12

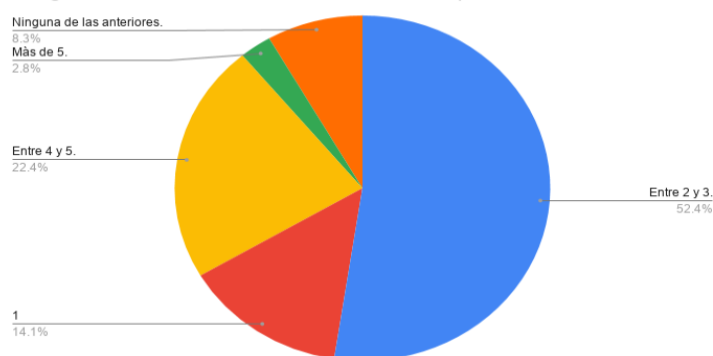


Fuente: Elaboración propia

Dentro del tipo de compañía que más tienen las personas a la hora de consumir un cóctel se encuentran pareja y amigos con 35,3% y 19,9% respectivamente, mientras que la familia se encuentra en cuarto lugar con el 11,6%, seguido de aquellos que prefieren la compañía de compañeros de trabajo con 6,2% y los de estudios con el 5,1%, mientras que en tercer lugar están los que prefieren todos los tipos de compañía mencionadas anteriormente con el 18,8%.

Ilustración 13: Pregunta 13

13- ¿Cuántas veces en el mes estaría usted dispuesto a visitar este sitio?

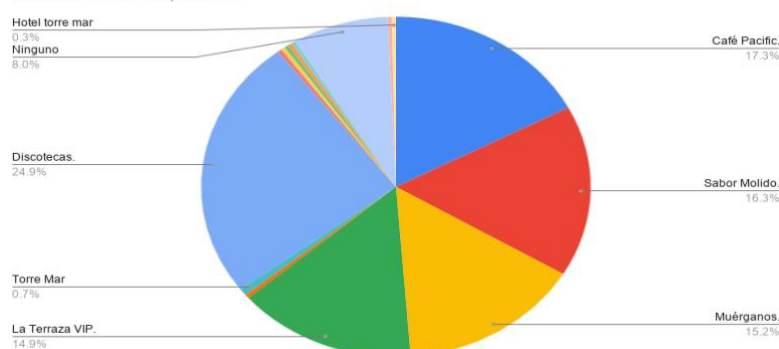


Fuente: Elaboración propia

La población encuestada refleja que, el número de veces en el mes que estarían dispuestos a dirigirse a Cóctel Pacific sería entre dos y tres reflejadas en un 52,4%, seguido de aquellos que manifiestan que lo harían entre cuatro y cinco veces representados en el 22,4%, en tercer lugar, las personas que lo harían una vez con el 14,1%, continuando con aquellos que no lo harían con un 8,3% y por último aquellos que lo harían más de cinco veces con el 2,8% restante.

Ilustración 14: Pregunta 14

14- ¿En qué lugares adquiere o le gustaría adquirir cócteles con bebidas típicas a base de frutas tropicales?

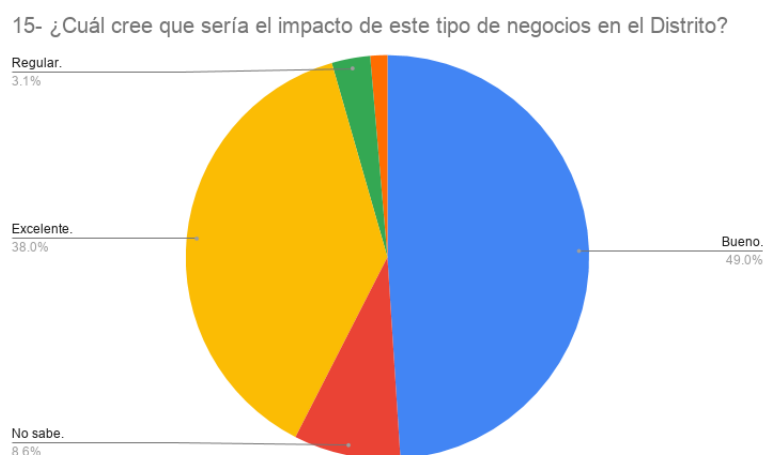


Fuente: Elaboración propia

Los encuestados señalan que, los sitios en los cuales adquieren o les gustaría adquirir este tipo de cócteles se encuentra en primer lugar las discotecas con el 24,9%, continuando con Café Pacific 17,3%, Sabor Molido 16,3%, Muérganos 15,2% y La Terraza VIP 14,9%,

en sexto lugar se encuentran los que no escogen ningún lugar con 8%, mientras que algunos mencionan otros sitios, representando un 3,4%.

Ilustración 15: Pregunta 15



Fuente: Elaboración propia

La opinión de los encuestados acerca de este tipo de negocios en el Distrito de Buenaventura, refleja favorabilidad, pues el 49% se encuentran representados en la casilla denominada “Bueno”, en segundo lugar, con el 38% aquellos que califican como excelente este tipo de negocios, mientras que el 8,6% se declina por no definir una respuesta y por último se encuentran aquellos que encuentran entre regular y malo este tipo de negocios con el 3,1% y 1,3% respectivamente.

6.5.4.1 PROYECCION DE VENTAS ANUALES

Para el cálculo de las ventas futuras, se estableció un crecimiento porcentual del 2%, basados en la analogía histórica en materia de crecimiento poblacional en Buenaventura, además las cantidades fueron establecidas de acuerdo a la población acaparada del mercado objetivo y la participación de cada producto dentro de la encuesta, esta es calculada en base a la intención de compra de las personas encuestadas, teniendo como resultado que, las personas tienen como preferencia los sabores como limón, piña y mora, arrojando estos unas

cifras porcentuales de 27,7%, 24,6% y 17,7% respectivamente, obteniendo un total del 70% de intención de compra en estos tres sabores, el 30% restante fue distribuido de manera equitativa para ser representado en el total de la población acaparada del mercado objetivo, teniendo como resultado el siguiente cuadro.

Tabla 9: Proyección de ventas anuales

PROYECCIÓN DE LAS CANTIDADES A VENDER CON UN INCREMENTO DEL 2% ANUAL					
CANTIDAD	2022	2023	2024	2025	2026
PRODUCTO		2%	2%	2%	2%
LIMÓN	2.869	2.926	2.985	3.045	3.105
PIÑA	3.600	3.672	3.745	3.820	3.897
MORA	3.965	4.044	4.125	4.208	4.292
TOTAL	10.434	10.643	10.856	11.073	11.294

Fuente: Elaboración propia

(<http://www.Buenaventura.gov.co/articulos/informacion-general>)

6.5.5 ESTUDIO DE LA OFERTA

6.5.5.1 ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO HISTÓRICO

En el Distrito de Buenaventura, se ha podido identificar que existen pequeños comerciantes los cuales expenden bebidas tipo cóctel en negocios como bares o establecimientos.

6.5.5.1.1 MACRO ENTORNO DE CÓCTEL PACIFIC

✓ **Factor medio-ambiental:** El incremento de costos de la materia prima que Coctel Pacific utiliza para producir las bebidas puede estar sujeta a los cambios económicos en el mercado, temporadas del año y a los cambios climáticos.

✓ **Factores económicos:** Las cifras de desempleo en el país y el incremento de los precios en la canasta familiar, vivienda y transporte, hacen que las personas cada vez tengan

menos posibilidades de entretenimiento, además de disminuir de manera exponencial la capacidad adquisitiva de estas.

✓ **Factores culturales:** Buenaventura Distrito Especial, Industrial, Portuario, Biodiverso y Ecoturístico, esta cuenta con variedad de riquezas culturales que la hacen llamativa ante el mundo, una de estas riquezas proviene de sus bebidas típicas elaboradas a base de viche, considerada bebida insignia del Pacífico, sobre la cual está desarrollada la línea de cócteles de Cóctel Pacific, contribuyendo de esta manera con el crecimiento cultural del Distrito

✓ **Factores políticos:** Los distintos problemas que han acarreado las últimas administraciones en Buenaventura, hacen que sea inminente la realización de cambios ásperos en las administraciones, lo cual hace inestable la política en el Distrito.

6.5.5.1.3 MICRO ENTORNO DE CÓCTEL PACIFIC

✓ **Los Proveedores:** La selección de proveedores que cumplan con las exigencias de un proyecto, resulta de vital importancia, puesto que, se requiere tener materia prima a la mano en cualquier momento y de óptima calidad, los productos en su totalidad se encuentran en Buenaventura, lo que disminuye alguna posibilidad de alteración en los procedimientos.

✓ **Competidores:** En el malecón Bahía de la Cruz existen algunos lugares con servicios y productos similares, como lo son: Sabor Molido, Herencia, entre otros, mientras que en la calle 1ra o llamada Zona Rosa, se encuentran establecimientos como las discotecas, Café Pacific y Muérganos. Además, existe el bar móvil llamado Marimba shots, el cual es la primera empresa dedicada netamente a la venta de este tipo de cócteles, pero no cuenta con un establecimiento.

✓ **Clientes:** Los clientes de Coctel Pacific serán estudiantes universitarios, comerciantes y empresarios que deseen un lugar acogedor para disfrutar con su pareja,

familiares, amigos o compañeros de trabajo de un espacio de esparcimiento y que deseen disfrutar de un producto de calidad, buena ambientación auditiva y visual.

✓ **La Empresa:** Los colaboradores de Coctel Pacific son parte fundamental, para la prestación de un excelente servicio al cliente, por lo que se realizará una excelente planeación y distribución de todos los procesos que faciliten las técnicas administrativas, financiera y las compras. Igualmente cabe resaltar que la motivación y los canales de comunicación serán muy fluidos que permitan tener una buena relación interpersonal y armónica del personal colaborador de la empresa.

✓ **Discotecas:** Establecimientos dedicados al entretenimiento de las personas, adecuados con buen sonido, mueblería, expendio de licores y amplias pistas de baile, dentro de su gama de productos se encuentran las bebidas alcohólicas como ron, aguardiente, whiskey, vodka, cervezas, además de estas ya mencionadas, cuentan con expendio de bebidas hidratantes como el agua, otras para acompañar las bebidas, como sodas bebidas saborizadas.

6.5.5.2 BALANCE OFERTA DE DEMANDA

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, el producto a desarrollar y comercializar es prácticamente novedoso, lo cual es carente de una oferta real en la actualidad. Es por eso que se desarrollará un nivel de producción basados en el índice de compras hallado en las encuestas, según la representación porcentual de personas dispuestas a comprar el producto, teniendo en cuenta la progresión ascendente destinada para equilibrar la oferta con la demanda, de acuerdo al crecimiento proporcional de este en el mercado.

6.5.5.3 BALANCE FUTURO

El balance futuro de la oferta es positivo, siempre y cuando las condiciones adecuadas para el producto estén ejecutándose a cabalidad, con la expectativa de una ampliación de la gama de productos a mediano y largo plazo, con el objetivo de atraer mayor clientela y tener

una mayor capacidad de producción, lo cual traerá consigo una mayor comercialización, por otra parte, se cuenta con una idealización de una extensión de la capacidad productiva, con la instalación de nuevas instalaciones productivas y comercializadoras, con el objetivo de ingresar a nuevos mercados y acaparar gran parte de ellos, cuando se hace referencia a estos nuevos mercados, no es más que la idea de llevar Cóctel Pacific a territorios distintos a Buenaventura, ajustando las ideas de producción y comercialización de acuerdo al tipo de clientes existentes en estos territorios, ajustando los niveles de producción a las condiciones reales presentadas por el mercado, las posibilidades de una extensión de la demanda acerca de Cóctel Pacific se acrecientan son elevadas, debido a que el estudio de mercado sólo fue realizado a un segmento de mercado.

Siguiendo la línea de lo dicho anteriormente, se anhela un comportamiento ascendente en materia de demanda del producto, hasta que a largo plazo este alcance el tope máximo establecido, se espera que todo esto suceda una vez Cóctel Pacific sea introducido y acogido en el mercado.

6.5.5.4 POSIBILIDADES DE PARTICIPACIÓN

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la investigación realizada al mercado, se puede deducir que existe una elevada probabilidad de participación del producto en el mismo, debido a motivos como; en primer lugar, la innovación presentada por este, en segundo lugar, la necesidad latente de expandir la cultura del pacífico y brindar un conocimiento mayor sobre esta, enfocados en la premisa del crecimiento cultural y en como esto beneficiará el territorio distrital, cómo se reflejará en las generaciones venideras y creará un impacto hacia estas, en tercer lugar; la aceptación del público objetivo de este proyecto, el cual ve con buenos ojos la realización de un proyecto como este, por el planteamiento que brindan los autores.

6.6 POLÍTICA DE PRECIOS

Resulta indispensable conocer los precios de comercialización de un producto, pues estos serán de vital importancia para los clientes a la hora de adquirirlos, en él se analizan factores como; sabor, tamaño, servicio, calidad, comodidad, entre otros factores que los clientes ponen a consideración a la hora de realizar una compra. No obstante, para determinar el precio de los productos de Cóctel Pacific, se tendrá en cuenta los resultados obtenidos en el estudio de campo realizado con los clientes potenciales y estos precios se asemejan al promedio de los precios de la competencia, teniendo en cuenta que estos precios varían por su tamaño, presentación y sabor.

A continuación, se presenta una tabla en la cual se refleja la proyección de precios para los productos de Cóctel Pacific, tomando como base los precios con mayor preferencia en la encuesta y aplicando un incremento porcentual anual del 4%, de acuerdo al promedio porcentual de inflación de los últimos años en Colombia.

Tabla 10: Precios y tarifas

PROYECCIÓN DEL PRECIO UNITARIO DE VENTA CON UN INCREMENTO DEL 4% ANUAL POR INFLACIÓN					
PRECIO DE VENTA	2022	2023	2024	2025	2026
PRODUCTO		4%	4%	4%	4%
LIMÓN	\$ 16.000	\$ 16.640	\$ 17.306	\$ 17.998	\$ 18.718
PIÑA	\$ 17.000	\$ 17.680	\$ 18.387	\$ 19.123	\$ 19.888
MORA	\$ 18.000	\$ 18.720	\$ 19.469	\$ 20.248	\$ 21.057

Fuente: Elaboración propia

6.7 ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA COMPETENCIA

- **Sabor molido:** Café bar ubicado en la zona céntrica del Distrito, exactamente en el Malecón Bahía de la Cruz, cuenta con una serie de productos, que van desde café, cappuccino, cócteles, granizados, bebidas chocolatadas, pasa bocas, agua, helados entre otras.
- **Café Pacific:** Cuenta con características similares a las de Sabor Molido, al ser un café bar, pero su ubicación es distinta, al encontrarse en la calle primera del Distrito o

Zona Rosa, en esta se expenden productos como; diferentes tipos de café, bebidas típicas del Pacífico, pasa bocas, agua, granizados, helados.

- **Muérganos:** Bar karaoke, con excelente ambientación, comodidad, pista de baile y ubicación, dentro de la lista de artículos que comercializan se encuentran; ron, aguardiente, whiskey, cervezas, agua, soda, bebidas saborizadas y cócteles.
- **Marimba Shots:** Bar móvil, el cual se dedica netamente a la venta de cócteles a base de viche y sus derivados, cuenta con la ventaja de ser móvil, lo cual le permita llegar a muchos sectores.

Tabla 11: Análisis comparativo de la competencia

Establecimiento	Precio
Sabor Molido	\$14.000-\$20.000
Café Pacific	\$15.000-\$19.000
Muérganos	\$18.000-\$22.000
Marimba shots	\$12.000-\$20.000

Fuente: Elaboración propia

Los precios expuestos en la anterior tabla son los rangos de precios manejados por la competencia identificada por los autores de este estudio, estos fueron conocidos mediante visitas a estos lugares.

6.8 PRÁCTICAS DE COMERCIALIZACIÓN

6.8.1 CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN

Para la producción y comercialización de la línea de cócteles de Cóctel Pacific, se contará con un establecimiento ubicado en la zona céntrica del distrito, llamado Cóctel Pacific, en este los clientes tendrán la oportunidad de adquirir los productos que en él se producen y se expenden, además de hacer uso del lugar, el cual cuenta con servicio de bar, bar tender, meseros, DJ en vivo, pista de baile, mueblería inspirada en la comodidad del

cliente, vista panorámica de las afueras del establecimiento, sonido envolvente e iluminación que crearán un ambiente adecuado para diferentes ocasiones, como reuniones, citas, cumpleaños, entre otras. Este lugar está diseñado pensando en la comodidad de los clientes, buscando brindarle diferentes experiencias al momento de consumir un cóctel, el cual vendrá en una presentación por copas con un tamaño o capacidad de doce onzas.

6.8.2 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Para la comercialización del producto, se empleará un tipo de distribución directa, puesto que este sólo será comercializado en su lugar de producción, de esta manera al introducirse en el mercado, será visto como competencia para los productos considerados como similares, por esta razón resulta complejo establecer patrones de comercialización distintos al directo, en los que intervengan empresas destinadas al expendio de productos similares, mediante esto se obtendrá una mayor relación con el usuario del producto, un precio más asequible, menos elevado y mejor calidad en este.

Por otra parte, la ampliación del canal de comercialización directo irá creciendo, según el grado de aceptación y expansión que se pueda obtener debido al crecimiento de la demanda esperado, por lo que de igual manera la oferta deberá aumentar conforme a esta. De esta manera no se descarta la creación de nuevas sucursales de Cóctel Pacific, en la cual se pueda contar con todos los productos existentes en el primero.

Teniendo en cuenta lo anteriormente dicho, se debe contar con un medio adecuado para brindar productos con óptima calidad, los cuales cumplan con las expectativas y satisfagan las necesidades.

6.8.3 PRÁCTICAS DE COMERCIALIZACIÓN

Para la fase de comercialización del producto, se pretende realizar las siguientes prácticas, se atenderán las solicitudes de los clientes de acuerdo a lo requerido por ellos en el

momento, esto irá de acuerdo a la cantidad de clientes potenciales y de la cantidad de productos que estos solicitan, además de las estrategias de marketing que se establezcan.

En la primera etapa, llamada introductoria, se participará en los distintos eventos relacionados con la cultura en el territorio distrital, como son; Cantores de Río, Festival del Litoral Pacífico, Verbenas, Encuentro Universitario de la Cultura en la Universidad del Valle, de esta manera se dará un preámbulo de lo que es Cóctel Pacific, además de la repartición de catálogos en los cuales se podrá observar la gama de productos que serán ofertados.

Posterior a esto, se repartirán volantes, en los cuales se brindará información acerca de la apertura de Cóctel Pacific, con información referente a este y los productos que ofrece.

La forma de pago referente a los cócteles será; de contado y el pago será efectuado al momento que el cliente reciba el producto, es decir; a método de contra entrega, además el producto será entregado en el lugar donde es producido.

Los medios publicitarios establecidos para brindar conocimiento acerca del producto, serán; páginas web, redes sociales y tarjetas con información de contacto. Cabe destacar que la publicidad será realizada de forma intensiva durante tres meses, en los cuales se implementarán los medios ya mencionados anteriormente.

En la siguiente tabla se detallarán los costos resultantes del ejercicio de comercialización en lo concerniente a los métodos y procedimientos de publicidad establecidos por Cóctel Pacific:

Tabla 12: Costos de prácticas comerciales

Práctica comercial	Descripción	Costo unitario	Cantidad	Costo total
Volantes 4*4 13*7cm, 1000ud	Reparto de volantes con			
	información relacionada sobre el producto y sus ventajas	\$ 84.900	10	\$ 849.000
Redes sociales	Creación de redes sociales, en las cuales	\$ 0		\$ 0

	se comunicarán las recientes innovaciones.			
Página web	Establecer una página web en la cual los clientes podrán conocer más acerca de Cóctel Pacific.	\$	0	\$ 0
Tarjetas 2000ud	Distribución de tarjetas con información de contacto, cómo; correo electrónico, teléfonos, WhatsApp, páginas web, redes sociales.	\$	80.000	6
				\$ 480.000
Total				\$ 1.329.000

Fuente: Elaboración propia

6.8.4 LOGO CÓCTEL PACIFIC

Ilustración 16: Logo Cóctel Pacific



Fuente: Elaboración propia

6.8.5 ESLOGAN CÓCTEL PACIFIC

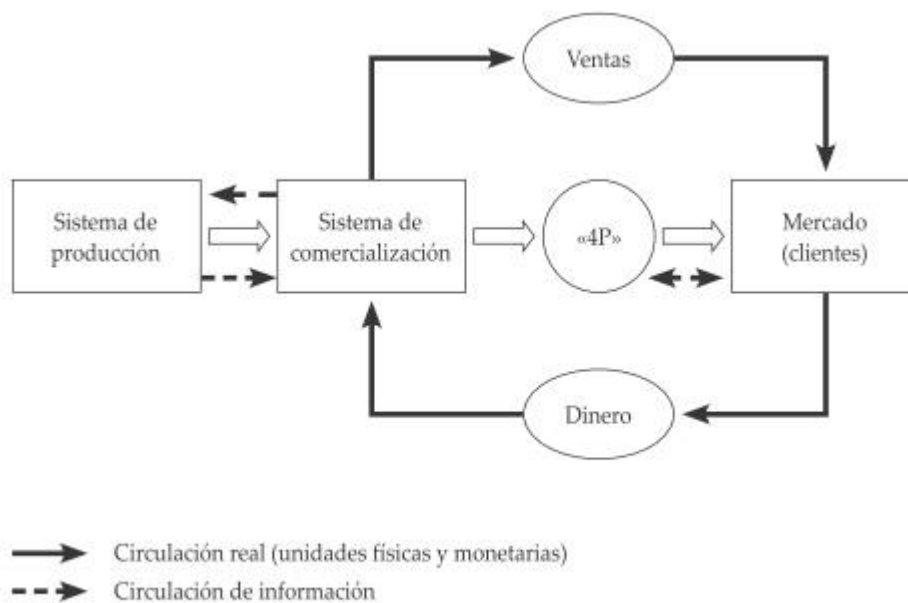
De acuerdo a lo que los autores quieren de este proyecto, se ha escogido el siguiente Eslogan: “*El Pacífico en una copa*”

6.8.6 ESQUEMA DE COMERCIALIZACIÓN

De acuerdo a lo establecido anteriormente, se empleará un canal directo en el cual los clientes tendrán contacto directo, ya que las ventas serán efectuadas en el mismo lugar de

producción, siguiendo todo esto, el esquema de comercialización a desarrollar será el siguiente:

Ilustración 17: Esquema de comercialización



Fuente: Bueno (2004)

Fuente: Bueno (2004)

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

- ✓ Existe una gran competencia para Cóctel Pacific, pero sólo uno de los mencionados tiene como su producto estrella la venta de este tipo de coctelería.
- ✓ La oferta y la demanda futura se ve reflejada en el cálculo de la demanda objetiva.
- ✓ El estudio de mercado refleja resultados favorables y otros no tan favorables para Cóctel Pacific, dentro de los no favorables se encuentra el no ser el único vendedor de este tipo de productos, ser nuevos en el mercado y en los favorables, el ser la segunda empresa dedicada netamente a la venta de este tipo de coctelería.
- ✓ El consumo de cócteles en Buenaventura no hace parte de las elecciones comunes por parte de las personas en el Distrito.
- ✓ En materia de publicidad, el uso de redes sociales, las cuales son herramientas muy usadas en la actualidad y permiten tener información al instante y la inclusión en eventos reconocidos en el Distrito, hace que el divulgar y dar a conocer Cóctel Pacific, no sea una tarea difícil.
- ✓ Cóctel Pacific cuenta con una línea de cócteles a base de frutas y bebidas típicas como el viche, haciendo de esta 100% natural y afrodisíaca.
- ✓ Cóctel Pacific a través de su línea de cócteles resalta la cultura e historia del Pacífico colombiano, además de generar arraigo cultural.
- ✓ La no existencia de un establecimiento dedicado a la venta exclusiva de este tipo de cócteles, hacen que Cóctel Pacific arranque como empresa líder en este mercado.

7. ESTUDIO TÉCNICO

7.1 OBJETIVO GENERAL

Plantear un estudio técnico, en el cual se determinen los recursos tecnológicos y físicos necesarios para la estructura de Cóctel Pacific, así como las herramientas y adecuaciones necesarias para la preparación de cócteles.

7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Determinar el proceso de preparación de cocteles.
- ✓ Determinar el equipo y el costo necesario que permita la preparación y venta de cocteles.
- ✓ Determinar y acondicionar el espacio y el costo requerido para la instalación y funcionamiento de los equipos.
- ✓ Determinar el personal y el costo necesario que permita desarrollar correctamente la operación del proceso productivo.
- ✓ Determinar la cantidad y costo de los insumos requeridos en la preparación y venta de los cocteles.
- ✓ Determinar el tamaño del proyecto.
- ✓ Determinar su localización.
- ✓ Determinar el costo de preparación de los cocteles.

7.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO

Cóctel Pacific cuenta con una gama de productos como son los cócteles a base de viche, los cuales resultan ser el producto principal de esta.

El proceso de elaboración de la línea de cócteles de Cóctel Pacific, se llevará a cabo mediante siete fases divididas en dos etapas, una será llamada etapa previa, la cual consta de

tres fases y la otra etapa de operación conformada por cuatro fases, determinadas en calidad y presentación, estas etapas son las siguientes:

Etapas previa

- ✓ **Preparación de melaza:** Consiste en la preparación de un fluido de consistencia viscosa y sabor dulce, hecho a base de panela y una poca cantidad de agua, la cual por la función que ejerce el calor sobre esta, pasa de estado sólido a semilíquido.
- ✓ **Reposo de la melaza:** Luego de la preparación de la melaza de panela, se debe dejar en reposo, con el fin de conservar a temperatura ambiente.
- ✓ **Depositar:** Luego del proceso anterior, se debe introducir la melaza en botellas de cristal, para su conservación, estas botellas serán de bebidas anteriormente consumidas.

Etapas de operación

- ✓ **Corte de frutas:** El siguiente proceso es rebanar las frutas correspondientes a cada cóctel.
- ✓ **Preparación del extracto de fruta:** Este es realizado mediante el licuado de las frutas con diez mililitros de agua.
- ✓ **Mezcla:** Se procede a realizarse una mezcla de las bebidas, los extractos de fruta, la melaza de panela y viche, todo esto según el producto elegido.
- ✓ **Dispensar:** Se introduce la mezcla realizada en el paso anterior en una copa con capacidad para 12 onzas o un vaso con capacidad para 12,5 onzas, después de esto se agregan los trozos de fruta según sea el caso y la cantidad de hielo que estos conllevan.

Cabe destacar que el proceso de preparación de melaza es realizado con anticipación al inicio de la jornada laboral, este será realizado una hora antes a esta, pues se requiere que este se encuentre a temperatura ambiente y no a una alta temperatura

7.4 DIAGRAMA DE PROCESOS

Ilustración 18: Diagrama de procesos



Fuente: Elaboración propia

7.5 DETERMINACIÓN DE HERRAMIENTAS, TECNOLOGÍA Y EQUIPOS.

Para la producción y comercialización de los productos de Cóctel Pacific son necesarias herramientas las cuales permitan la elaboración de cócteles, es por eso que resulta necesaria la obtención de implementos como; kits de cóctelería, implementos de cocina como, licuadora, estufa, ollas, cucharones, embudos, entre otros, necesarios para la producción de cócteles, además de elementos tecnológicos y equipos de cómputo, como equipos de sonido, parlantes, consola para Dj, computador portátil y los soportes para estos, contando también con la mueblería necesaria para el acondicionamiento del establecimiento, se hará uso de plataformas de compra y venta en línea, la cual favorece al proyecto, por los bajos precios que brindan. Para la compra de estos se ha escogido la plataforma llamada Mercadolibre, la cual es catalogada como una de las mejores a nivel mundial y ha generado confianza en uno de los autores por la amplia experiencia de compra que ha tenido con esta plataforma. A continuación, una lista de cada uno de los elementos e insumos requeridos:

7.5.1 GASTOS DEL PROCESO PRODUCTIVO

- **Kit para bar y coctelería:** Es una serie de herramientas usadas para la preparación de cócteles, conjuga una serie de cuchillos, herramientas trituradoras, mezcladoras,

conservadoras y consta de nueve elementos, esto tiene un precio de \$214.900. Los elementos que conforman este kit son:

- **Vaso mezclador o mixer:** Vaso ancho de gran capacidad, pues almacena hasta 7500ml. y se utiliza para mezclar los ingredientes, regularmente líquidos de poca densidad y mezclas que no contengan azúcar.
- **Medidor para cócteles o jigger:** Utensilio compuesto por dos caras con tamaños diferentes, las cuales sirven para calcular cantidades de líquidos, como licores, zumos o agua, el jigger de menor medida es usado para licores y el de mayor medida para zumos o agua.
- **Vertedor de botellas:** Elemento instalado en la boquilla de las botellas, el cual ayuda a realizar una mejor distribución de las bebidas, contribuyendo a un menor desperdicio de estas.
- **Filtro colador o gusanillo para cócteles:** Elemento de acero inoxidable con empuñadura, el cual es ajustable al mixer o puede ser el peculiar cernedero que sirve para filtrar las mezclas y evitar que se infiltren la pulpa de los zumos y los hielos.
- **Bar spoon o cucharilla de bar:** Cucharilla de agarradera larga, la cual tiene como función brindar precisión en las medidas y mezclar los ingredientes.
- **Mano de mortero para cócteles o muddler:** Es usado para triturar y extraer toda la esencia de las frutas y las hierbas aromáticas. Existen dos tipos, de plástico estriado, utilizado para las frutas y de madera para las hierbas.
- **Exprimidor:** Artefacto que permite extraer los zumos de los cítricos, elimina las semillas, además puede ser manual o electrónico.
- **Cuchillo para bar o de cóctel y cuchillo mondador:** El cuchillo de cóctel es empleado para cortar los cítricos y demás frutas, tiene muchas variables de tamaño y

pueden ser con o sin dientes. El cuchillo mondador, es un cuchillo más pequeño con una hoja especial, la cual está hecha para descortezar los cítricos.

- **Cubitera o hielera y pinzas de hielo o scoop:** La cubitera ayuda a tener los hielos aislados y las pinzas permiten agarrar estos.
- **Embudo de acero de 11cm:** Implemento usado como conector de las botellas y los líquidos que se introducirán en ellas, su costo es de \$7.353.
- **Olla de aluminio con cerámica antiadherente:** Elemento usado para la preparación de la melaza de la panela, su costo es de \$41.500.
- **Cucharón de sopa de acero inoxidable:** Elemento de acero, el cual sirve como complemento para la preparación de la melaza, su costo es de \$11.259.
- **Set de tablas de cortar x4:** Elemento rígido en el cual se realicen cortes de frutas y demás sólidos presentes en un cóctel, suele ser de plástico, se realizará la compra de un kit de tablas de cortar, la cual consta de cuatro unidades y tiene un costo de \$119.900.
- **Copas 12oz:** Elementos hechos de cristalería, los cuales sirven como contenedores del producto final para consumo, en este caso, cóctel, las copas presentan una capacidad de 12 onzas y cada una tiene un precio de \$3.570.

Tabla 13: Gastos en el proceso productivo

GASTOS EN EL PROCESO PRODUCTIVO				
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	IMAGEN
Kit para coctelería y bar x9 piezas	2	214.900	429.800	
Embudo de acero 11cm	1	7.353	7.353	
Olla de aluminio con cerámica antiadherente	1	41.500	41.500	

Cucharón de sopa de acero inoxidable	1	11.259	11.259	
Set de tablas de cortar x4	1	119.900	119.900	
Copas 12oz	72	3.570	257.040	
TOTAL			866.852	

Fuente: *Elaboración propia*

7.5.2 HERRAMIENTAS PARA EL PROCESO PRODUCTIVO

7.5.2.1 MAQUINARIA Y EQUIPO

- **Licuada:** Elemento electrónico, que permite triturar y mezclar todos los ingredientes, dejando una mezcla homogénea, esta tiene un costo de \$196.000.
- **Estufa de inducción eléctrica marca Premier:** Herramienta usada para la preparación de insumos importantes para la coctelería, como la mezcla de frutas con miel o con panela, el valor de esta es de \$214.900.
- **Nevera minibar frost L 93 inoxidable mabe:** Esencial para la conservación de hielos, pulpas, panelas, frutas, el costo representado por este elemento es de \$619.900.
- **Mezcladora de sonido de cuatro canales vento mix4fx:** Es un amplificador de sonido el cual funciona como control maestro para el funcionamiento del sonido, el costo de este es de \$480.000.
- **Planta de sonido Spain 1500:** Amplificadora de sonido y conexión directa de parlantes a control maestro de sonido, su costo es \$980.000.
- **Controlador de sonido de dos canales PIONEER DDJ-400:** Este es un controlador de sonido o también conocido como consola de mezclas para DJ, el cual permite hacer cualquier tipo de variación al sonido, su precio es de \$919.000.

- **Parlantes surround Yamaha x6:** Set de parlantes, para sonido, los cuales van enlazados a la planta de sonido, el precio de estos es \$1'995.599.

Tabla 14: MAQUINARIA Y EQUIPO

Herramientas	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Imagen
Licuada	2	196.000	392.000	
Estufa de inducción marca Premier	1	214.900	214.900	
Nevera minibar L 93 inoxidable Mabe	2	619.900	1.239.800	
Mezcladora de cuatro canales vento Mix4fx	1	480.000	480.000	
Planta de sonido Spain 1500	2	980.000	1.960.000	
Controlador Pioneer DDJ-400	1	1.050.000	1.050.000	
Parlantes surround Yamaha x6	1	1.995.599	1.995.599	
TOTAL			7.332.299	

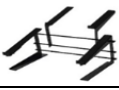
Fuente: Elaboración propia

7.5.2.2 MUEBLES Y ENSERES EN EL PROCESO TÉCNICO

- **Sillas tipo bar:** Para la atención de los clientes de Cóctel Pacific, se requiere de sillas en las cuales estos se podrán acomodar a la hora de solicitar y consumir su producto, estas tienen un precio de \$70.000 por unidad.

- **Sillas puff sin espaldar y mesas:** Estos también serán usados para la atención a los clientes, los cuales requieren de este tipo de elementos para estar plenamente cómodos a la hora de hacer uso de los productos de Cóctel Pacific, estos tendrán un costo de \$299.000 (4), esta consta de cuatro sillas modelo puff sin espaldar y una mesa.
- **Sillas puff con espaldar y mesa:** Por otra parte, se usarán este mismo tipo de muebles con espaldar, el costo de esto es de \$490.000 y está conformado por dos unidades de sillas y una mesa (3).
- **Rack:** Herramienta que sirve para el soporte de los elementos de sonido, su valor es 152.000.
- **Soporte para controlador y computador:** Mecanismo usado para la instalación del controlador de sonido y el computador, el precio de este es de \$205.000.

Tabla 15: MUEBLES Y ENSERES EN EL PROCESO TÉCNICO

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
Sillas tipo bar	6	70.000	420.000	
Sillas puff sin espaldar y mesas	4	299.000	1.196.000	
Sillas puff con espaldar y mesas	3	490.000	1.470.000	
Rack	1	152.000	152.000	
Soporte para controlador y computador	1	205.000	205.000	
TOTAL			3.443.000	

Fuente: Elaboración propia

7.5.3 MATERIA PRIMA E INSUMOS

En lo relacionado con el acopio de suministros, herramientas e insumos para la realización del proyecto, se tiene identificado el lugar donde Cóctel Pacific tendrá su domicilio, Buenaventura cuenta con muchos supermercados los cuales expenden suministros como, frutas, panela, bebidas gaseosas, agua y licores, por otro lado, la compra del insumo llamado viche, se hará por medio de compras realizadas en un sector expendedor como es el barrio Muro Yusty, reconocido por ser una zona humanitaria del Distrito, cabe destacar que, el comercio de viche es realizado de manera informal, ya que no existe una reglamentación, la cual permita celebrar algún tipo de contrato para el comercio de este, a continuación, se detallarán los insumos requeridos para la elaboración de esta línea de cócteles:

- **Limón:** Fruta comestible de sabor ácido, en la coctelería es muy usado, pues que brinda un sabor agradable a los licores, su precio en el mercado es de \$3.000 por cada kilogramo, es decir que tiene un costo de \$3 por gramo.
- **Mora:** Es una fruta o baya, que a pesar de poseer características vegetales difiere de esta, en el mercado tiene un precio de \$5.370 por libra.
- **Piña oro miel:** Proveniente de una planta vivaz, de la familia de las plantas terrestres, es el fruto sustraído de esta, cuenta con un precio de \$2.850 por cada libra.
- **Viche:** Bebida típica y afrodisíaca proveniente del pacífico colombiano, hecha a base de caña de azúcar, por medio de un proceso llamado destilación, es la razón de ser de esta línea de cócteles, el brindar conocimiento y expansión cultural a partir de este, su costo es de \$10.000 por cada 750ml.
- **Triple Sec:** Licor incoloro, hecho a base de cáscaras naranja por medio de destilación, contiene 40 grados de alcohol, este es usado para brindar un toque de amargura que brindan este tipo de licores a las bebidas, se usará un tipo de esta bebida

especialmente fabricada para coctelería, su nombre es, Cóctel alicante triple sec blanco, su precio es de \$32.700 por 750ml.

- **Vodka:** Bebida destilada, hecha a base de la fermentación de granos y plantas ricas en almidón como el centeno y el trigo, su grado de alcohol se encuentra entre el 37 y 50, brindan un grado más de sabor y alcohol a la bebida, en este caso se usará un vodka llamado Finlandia, el cual tiene un precio de \$58.900 por cada 750ml.
- **Ron Bacardí blanco:** Bebida tipo ron, con características diferentes al ron tradicional, puesto que este es de color blanco, contiene 38% de alcohol y en el mercado tiene un precio de \$40.900, su presentación es de 750ml.
- **Gaseosa Sprite:** Bebida gaseosa sin cafeína con sabor a limón, usada para la producción del cóctel de sabor a limón, su precio en el mercado es de \$5.350 por cada tres litros y medio.
- **Panela:** Dulce hecho a basa de la no destilación de jugo de caña de azúcar, su función es la misma que cumple la miel, su precio es de \$4.350 por cada paquete de ocho unidades, cuyo peso es de 1000 gramos, es decir que cada una tiene un costo de \$543,75 y un peso de 125 gramos.
- **Hielo:** Agua en estado sólido, la cual permite brindar una sensación de frescura a los cócteles, tiene un costo de \$6.500 por cada 3kg.
- **Pajillas o pitillos biodegradables:** Utensilio para transportar líquido de un lado a otro, generalmente se usa para beber algún líquido, cabe destacar que, en este caso serán biodegradables, para evitar contribuir a daños ambientales o disminuir estos, la compra de estos es realizada por paquetes de veinticinco unidades y presenta un costo de \$3.500, es decir que el precio unitario sería de \$140.

Tabla 16: Materia prima e insumos

Insumos	Presentación	Costo unitario	Imagen
---------	--------------	----------------	--------

Limón	1000 gramos	3.000	
Mora	500 gramos	5.370	
Piña oro miel	1000 gramos	2.850	
Viche	750 mil	10.000	
Triple sec	750 mil	32.700	
Vodka	750 mil	58.900	
Ron Bacardí blanco	750 mil	40.900	
Gaseosa Sprite	3,5 litros	5.350	
Panela	1000 gramos	4.350	
Hielo	Bolsa 3000 gramos	6.500	
Pajillas biodegradablesx25	Bolsa	3.500	

Fuente: Elaboración propia

7.5.4 ELEMENTOS DE PROTECCIÓN PERSONAL Y DOTACIÓN EN EL PROCESO DE FABRICACIÓN

Los elementos de protección personal requeridos para la fabricación de cócteles en Cóctel Pacific, van de la mano con la limpieza y seguridad que se debe brindar a la hora de ofrecer un producto de consumo oral, esto brindará confianza a los clientes y contribuirá con la fidelización de estos, sin adentrarse más en detalles, se puntualizarán aquellos elementos requeridos para la protección personal en Cóctel Pacific:

- ✓ **Camibuso:** Es una prenda del tren superior del cuerpo, la cual cuenta con un distintivo como es el logo de Cóctel Pacific, el nombre del trabajador y su cargo, su precio es de \$22.000.
- ✓ **Gorras:** Esta lleva bordado el nombre de Cóctel Pacific, cuenta con un costo de \$12.000.
- ✓ **Delantales:** Prenda usada para evitar derramamientos sobre la vestimenta, tienen un costo de \$25.000.

Tabla 17: Elementos de protección personal y dotación en el proceso de fabricación

GASTO DE DOTACIÓN DE PERSONAL. Tres por año				3	
Dotación	Costo Unitario	Admin	Bar tender	Disc Jockey	Serv. Grales
Camibuso	\$ 22.000	\$ 66.000	\$ 66.000	66.000	66.000
Gorras	\$ 10.000	\$ 30.000	\$ 30.000	30.000	30.000
Delantales	\$ 22.000		\$ 66.000		66.000
TOTAL		\$ 96.000	\$ 162.000	96.000	162.000

COSTO TOTAL DOTACIÓN 516.000

Fuente: Elaboración propia

7.6 ATENCIÓN AL PÚBLICO

Teniendo en cuenta que Cóctel Pacific abre sus puertas al público en horario de 5pm a 2am, es decir siete horas de apertura al público, pero los colaboradores deben estar presentes en el lugar de trabajo desde las 3:45pm, y su horario de salida se cumple a las 2:45 am, cumpliendo con la jornada laboral de nueve horas diarias, lo cual representaría una jornada laboral de once horas, además se hace énfasis en el día martes en el cual Cóctel Pacific no abrirá sus puertas al público.

En el tiempo anterior a la apertura al público, se deberá proceder con la etapa previa y las fases inmersas en esta, debido a la imperiosa necesidad de contar con la melaza de panela a una temperatura ambiente, con el fin de tenerla disponible para su uso en la etapa operativa y sobre todo para el consumo de los clientes.

7.6.1 DIAGRAMA DE FLUJO

Ilustración 19: Diagrama de flujo



Fuente: Elaboración propia

7.6.2 ASISTENCIAS NECESARIAS EN EL PROCESO DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA LÍNEA DE CÓCTELES DE CÓCTEL PACIFIC

El óptimo desarrollo de las actividades de una organización va de la mano con servicios tangibles e intangibles, brindados por organizaciones encargadas del suministro de estas. El servicio de energía es vital para el desarrollo de las actividades, el servicio de agua y acueducto es esencial para la salubridad en la zona de trabajo, la red de internet acompañada de la red telefónica permite una óptima comunicación interna y con el exterior, entre los cuales se encuentran, clientes, proveedores.

7.7 CAPACIDAD INSTALADA

Tabla 18: Capacidad instalada

PRODUCCIÓN POR MÁQUINA

Horas a trabajar por semana: 42 horas.

Número de máquinas: 1

Semanas a trabajar anuales: 52

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Horas por semana:	42	42	42	42	42
Semanas al año:	52	52	52	52	52
Minutos:	60	60	60	60	60
Máquinas:	1	1	1	1	1
Total, minutos al año:	131.040	131.040	131.040	131.040	131.040
Porcentaje de producción:	75%	78%	81%	84%	88%
Minutos de preparación promedio:	7	7	7	7	7
Total, minutos preparación:	98.280	102.211	106.142	110.074	115.315
Unidades vendidas:	14.040	14.602	15.163	15.725	16.474

Fuente: Elaboración propia

7.7.1 COSTO REQUERIDO PARA LA INSTALACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS EQUIPOS.

Dentro de las adecuaciones locativas, que presenta Cóctel Pacific están:

1. **Cableado interno:** Consta de la colocación de cableado interno usado para la instalación de equipos electrónicos como; computadores, equipos de sonido y otro tipo de conexiones, esto tiene un precio de \$450.000.
2. **Bar y estantería:** Es el lugar en el cual se prepararán y servirán los cócteles, así como también se exhibirán los cócteles, cuenta con un precio de \$400.000.
3. **Luces:** Sistema de luces para dar un ambiente tipo discoteca, su precio es de \$600.000
4. **Pista de baile y pasillos:** Es el lugar por el cual transitarán los clientes y harán uso de los espacios inmersos en Cóctel Pacific, cuenta con un precio de \$1.500.000.
5. **Tarima para DJ:** Se trata de una tarima estilo plataforma, la cual es usada por el DJ para la colocación de los equipos que este usa y le brinde comodidad en su trabajo, esta tiene un precio de \$350.000

6. **Otros:** Espejos ubicados en los baños, cuentan con un precio de \$200.000.

Tabla 19 Adecuaciones locativas

Descripción	Valor
Cableado Interno	\$450.000
Bar y estantería	\$400.000
Luces	\$600.000
Pista de baile y pasillos	\$1.500.000
Tarima para DJ	\$350.000
Otros	\$200.000
Total	\$3.500.000

Fuente: elaboración propia

7.7.2 ARRENDAMIENTO

Cóctel Pacific tendrá un gasto mensual por concepto de arrendamiento para el desarrollo de labores a modo de establecimiento, el cual tendrá un valor de \$1.600.000, lo cual reflejará un valor anual de \$19.200.000.

Tabla 20: Arrendamiento

Concepto	Costo mensual	Costo anual
Arrendamiento	\$ 1.600.000	\$ 19.200.000

Fuente: elaboración propia

7.7.3 PERSONAL Y COSTO NECESARIO PARA EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES.

Administrador: Este papel será realizado por los autores del proyecto, y a la vez uno de ellos estará como representante legal de la sociedad, sus funciones serán la de fijar políticas operativas y de calidad en base a las medidas fijadas, deberán ser capaces de tomar decisiones eficaz y eficientemente garantizando el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Formación académica: Administrador de Empresa

Funciones del cargo.

- Realizar un cronograma para las compras de insumos
- Pagar la nómina de sus empleados
- Proponer estrategias de marketing para el cumplimiento de los objetivos de Coctel Pacific
- Capacitar, motivar e informar al personal.
- Velar por el buen funcionamiento de Cóctel Pacific.
- Llevar el registro de facturación y hacer entrega de la factura al cliente.
- Visualizar nuevos mercados para en un futuro abrir una sucursal.
- Elaborar reportes financieros para la toma de decisiones.

Bar tender: Su cargo consiste en, llevar a cabo todas las actividades del área de la barra de licores relacionada con la elaboración de los pedidos de Cóctel Pacific, teniendo en cuenta la presentación y gusto de los clientes.

Formación académica: Técnico en coctelería.

Función del cargo

- Manipulación y preparación bebidas solicitadas por los clientes
- Coordinar las funciones de compras contabilidad y costos.
- Realizar oportunamente la solicitud pedido de acuerdo con lo requerido por los clientes.
- Localizar el proveedor y fijar los precios de materia prima
- Controlar el almacenamiento de los alimentos en bodega

Contador: Persona encargada de llevar el registro de todos los movimientos financieros realizados por Cóctel Pacific.

Funciones del cargo:

- Llevar registro de compras de insumos, materia prima, maquinarias y equipo.
- Manejo de nómina.

- Llevar registro de entradas y salidas de dinero.

Disc Jockey (DJ): Este será el encargado de realizar las labores concernientes con el sonido de Cóctel Pacific, la música que amenizará el espacio y animación del lugar.

Formación académica: DJ con certificación.

Servicios generales: Persona encargada de las instalaciones de Cóctel Pacific, con el fin de mantener este de manera óptima para la prestación de un buen servicio a los clientes, además colaborara en otras labores como mensajería.

Tabla 21 Salario por empleado

NOMBRE DEL EMPLEADO	SALARIO BÁSICO
Administrador	1.000.000
Bar tender	908.526
Contador	800.000
Disc jockey	908.526
Servicios generales	908.526

Fuente: Elaboración propia

7.9 TAMAÑO Y ALCANCE DEL PROYECTO

El proyecto Cóctel Pacific, contará con una sola sede, con el objetivo de ampliar la cobertura de demanda, además de diversificar la gama de productos y la variedad de servicios, todo esto tomando en cuenta la capacidad productiva, la capacidad instalada y el tamaño del establecimiento permitan. Como se menciona en párrafos anteriores, la demanda del proyecto está representada por el porcentaje de clientes establecidos para cumplir con la meta establecida por Cóctel Pacific y que cumplen con las siguientes características, tener entre 20 y 54 años de edad, ser estudiantes universitarios, trabajadores de las distintas empresas existentes en el Distrito, comerciantes, entre otros.

7.9.1 PROCESO DE VENTA

Ilustración 20: Proceso de venta



Fuente: Elaboración propia

7.10 MACRO LOCALIZACIÓN

La puesta en marcha de este proyecto será en Colombia, departamento del Valle del Cauca, con ubicación exacta en el Distrito Especial de Buenaventura, el cual se encuentra situado a 121 km de distancia de la ciudad de Santiago de Cali y con una distancia de 528 km frente a la ciudad de Bogotá, capital de este país. Siendo el municipio más grande de la Región Pacífica y el más extenso dentro del departamento.

Ilustración 21: Macro localización



Fuente: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-48978110>

7.10.1 MICRO LOCALIZACIÓN

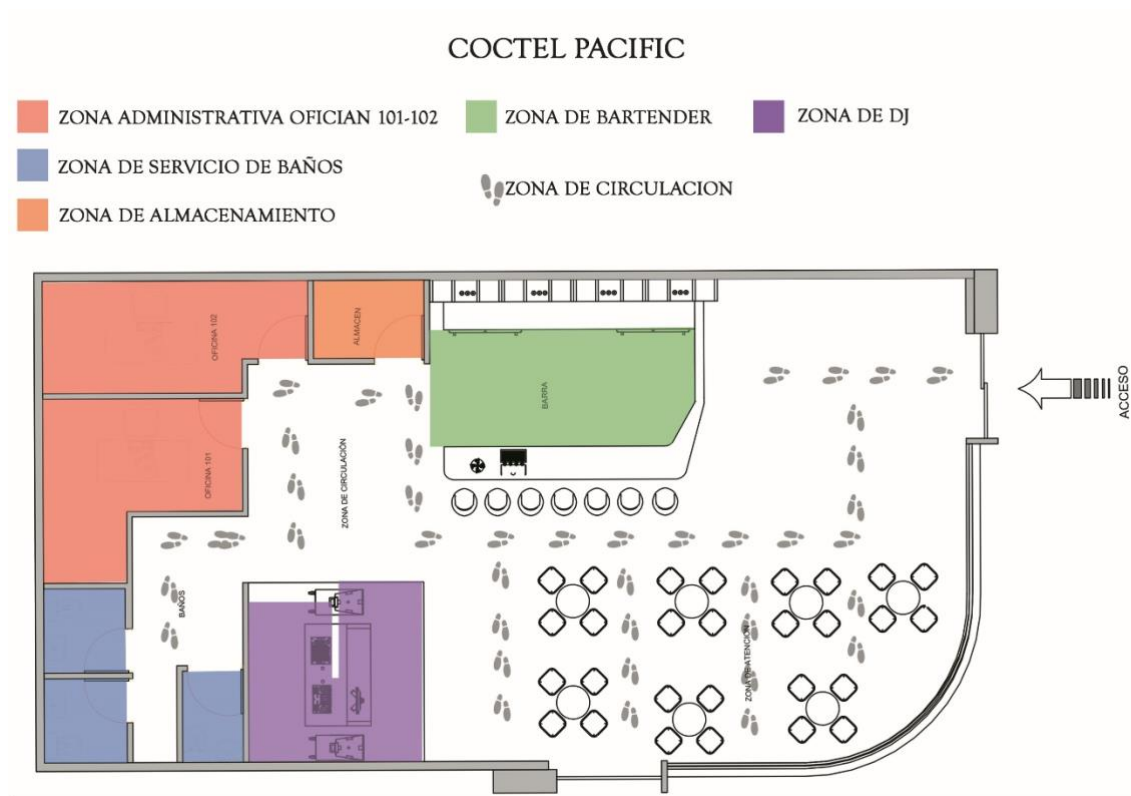
La ubicación del centro de producción y comercialización de Cóctel Pacific, será establecido en la zona insular del distrito, exactamente en la calle 1era, sitio concurrido por

los habitantes de la ciudad, especialmente por los que cumple las características del nicho de mercado.

Ilustración 22: Micro localización



Ilustración 23: Instalaciones de Cóctel Pacific



Fuente: Elaboración propia

7.11 COSTO DE PREPARACIÓN DE CÓCTELES

Tabla 22: Costo unitario de preparación cóctel de limón

Insumo	Unidad	Precio	Unidades producidas	Costo
Viche curao	750 mil	\$ 10.000	10	\$ 1.000
Limón	1000 gramos	\$ 3.000	10	\$ 300
Panela fundida	1000 gramos	\$ 4.350	30	\$ 145
Gaseosa Sprite	3,5 litros	\$ 5.350	50	\$ 107
Vodka	750 mil	\$ 58.900	21	\$ 2.805
Hielo	3000 gramos	\$ 6.500	40	\$ 163
Total				\$ 4.519

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23: Costo unitario de preparación cóctel de piña

Insumo	Unidad	Precio	Unidades producidas	Costo
Viche curao	750 mil	\$ 10.000	10	\$ 1.000
Piña	500 gramos	\$ 5.370	5	\$ 570
Panela fundida	1000 gramos	\$ 4.350	30	\$ 145
Gaseosa Sprite	3,5 litros	\$ 5.350	50	\$ 107
Ron Bacardí blanco	750 mil	\$ 58.900	21	\$ 1.948
Hielo	3000 gramos	\$ 6.500	40	\$ 163
Total				\$ 3.932

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24: Costo unitario de preparación cóctel de mora

Insumo	Unidad	Precio	Unidades producidas	Costo
Viche curao	750 mil	\$ 10.000	10	\$ 1.000
Mora	500 gramos	\$ 5.370	5	\$ 1.074

Panela fundida	1000 gramos	\$ 4.350	30	\$ 145
Gaseosa Sprite	3,5 litros	\$ 5.350	50	\$ 107
Triple sec	750 mil	\$ 58.900	21	\$ 1.557
Hielo	3000 gramos	\$ 6.500	40	\$ 163
Total				\$ 4.046

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

- Los procesos de preparación de cócteles permiten brindar un rápido servicio a los clientes.
- Los ingredientes y herramientas usadas en los procesos de producción no presentan complejidad en su uso.
- La población a acaparar se encuentra entre los 20 y 54 años.
- Coctel Pacific cuenta con una amplia zona de circulación y pista de baile.
- El costo de producción de cada cóctel no excede los \$4.600.

8 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Se entiende como una serie de herramientas, conocimientos y principios que son necesarios para alcanzar las metas u objetivos en los resultados de la empresa. La importancia de este tipo de estudio reside en establecer correctamente las metas que se intentan lograr, además de realizar el análisis mediante una matriz DOFA que permita conocer el entorno en el cual se va a desenvolver la organización. Koontz y Weihrich (1994: p.199).

8.1 OBJETIVO GENERAL

Establecer las bases y lineamientos, para determinar la estructura organizacional y los planes de trabajo administrativo, sobre los cuales se van a crear políticas y estrategias que al ser implementadas correctamente con lleven al logro de las metas u objetivos.

8.1.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir las generalidades de la empresa: Misión, Visión, Valores corporativos.
- Diseñar la estructura organizacional de la empresa.
- Realizar la matriz DOFA.
- Realizar la matriz de impactos.
- Conclusiones del estudio administrativo

8.1.2 GENERALIDADES DE LA EMPRESA

Figura Imagen corporativa.

Ilustración 24: Logotipo



Fuente: Elaboración propia

Objeto social: Producción y comercialización de bebidas de Coctelería a base de viche y frutas

Misión: Cóctel Pacific es una empresa con proyección nacional e internacional que se encarga de la producción y comercialización de cócteles de bebidas típicas de la región pacífica a base de frutas, con el objetivo de satisfacer las necesidades particulares de cada cliente.

Visión: Para el año 2024 la empresa Cóctel Pacific será reconocida como líder en el sector de bebidas en la región pacífica, al incorporar estándares de calidad e innovación en todos los procesos, logrando así la satisfacción de los clientes.

8.1.3 VALORES CORPORATIVOS

Los valores que identifican al CÓCTEL PACIFIC, son los siguientes:

- **Ética:** Operar dentro de los estatutos creados por la empresa con responsabilidad y justicia con los miembros de la sociedad.
- **Compromiso:** Laborar con compromiso y honestidad, bajo los lineamientos legales, con el fin de mejorar la calidad de vida y crecimiento de los colaboradores.
- **Equidad:** Manejo de las relaciones laborales con los colaboradores y relaciones comerciales con los 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 permitan la plena satisfacción del cliente.
- **Política de Calidad**
 - ✓ Ofrecer a los clientes una línea de Cócteles realizados a base de una bebida típica del Pacífico colombiano, específicamente el viche y frutas tropicales.
 - ✓ Cumplir con los requisitos legales establecidos para el funcionamiento de establecimientos como Cóctel Pacific.

- ✓ Elaboración de productos bajo altos estándares de calidad, brindando satisfacción a los clientes.
- ✓ Realizar procesos de mejora continua, los cuales permitan ofrecer productos de calidad.

8.1.3 ESTRUCTURA Y TEORÍA ORGANIZACIONAL

8.1.3.1 MODELO ADMINISTRATIVO

Organización Lineo- funcional Es una combinación de Organización Lineal y Funcional LINEAL: la responsabilidad y autoridad se transmite a través de hacer jefe para cada función especial. FUNCIONAL: La especialización de cada actividad en una función, es más aplicable en las empresas. En ésta se combinan los tipos de organización lineal y funcional, aprovechando las ventajas y evitando las desventajas inherentes a cada una, conservándose de la funcional la especialización de cada actividad en una función, y de la lineal la autoridad y responsabilidad que se transmite a través de hacer jefe por cada función en especial. <https://es.slideshare.net/Mariaguevaraaguilera/tipos-de-estructura-organizativa-71398256>.

8.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional es el conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en distintas tareas y posterior a la coordinación de las mismas. (Mintzberg, 1984). Este estudio de factibilidad busca crear un ente, con personal con multidisciplinario en cada área que velaran por la buena atención y satisfacción del cliente.

La estructura organizacional Coctel Pacific, está orientada a la producción y comercialización de productos de coctelería ofreciendo un buen servicio, una atención oportuna y un ambiente cómodo tanto para los clientes como para los colaboradores de la

organización. Al ser esta una organización micro será de responsabilidad limitada, donde se considera que no se requiere excesivo personal.

8.3 PROCESO ADMINISTRATIVO

Es aquel en el cual se detallan los cuatro principios fundamentales de la administración, como son, planear, organizar, direccionar y controlar, todo esto con el fin de dar un sentido y orden a todos los procesos de una organización, según Sergio Hernández y Rodríguez (2002) “Al reconocer a la empresa como un sistema universal, se puede prever su funcionamiento; al preverlo, es posible planificarlo y organizarlo. Una vez planeada y organizada una empresa, es factible dirigir y controlar; además cualquier empresa en el mundo, al aplicar el proceso administrativo, mejorará continuamente su eficiencia, eficacia y efectividad”.

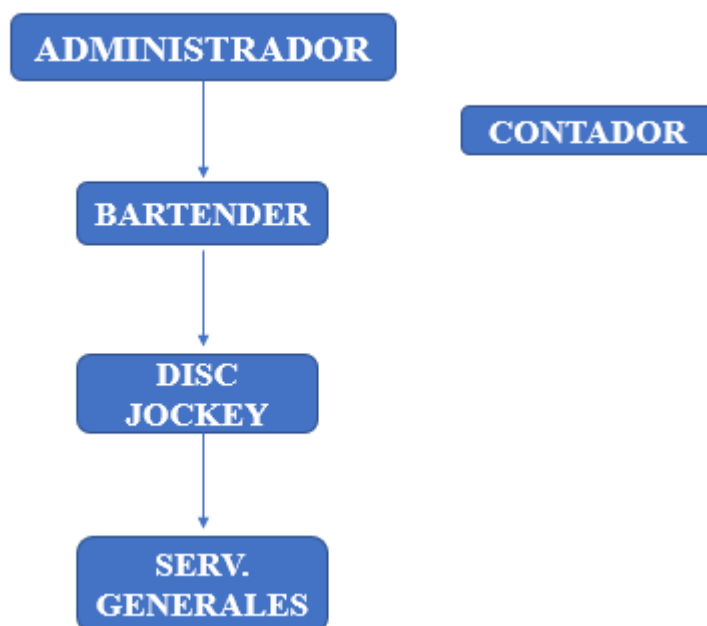
8.3.1 PERSONAL Y DIVISIÓN DEL TRABAJO

La organización del personal está definida por cada área donde se ejerce la función:

- **Área de cocina:** Lugar donde se elaboran los productos y se lleva el control de inventario de la materia prima.
- **Área de meseros:** En esta sección se localiza el personal que atenderá a los clientes que ingresen al establecimiento, quienes serán los encargados de servir al público y preparación de cocteles
- **Área Administrativa:** Esta sección se ubica la caja donde se registran las ventas y además se lleva la contabilidad del negocio.

8.3.2 ORGANIGRAMA

Ilustración 25: Organigrama



Fuente: Elaboración propia

8.3.3 PERFILES DE LOS EMPLEADOS

Administrador: Este papel será realizado por los autores del proyecto, y a la vez uno de ellos estará como representante legal de la sociedad, sus funciones serán la de fijar políticas operativas y de calidad en base a las medidas fijadas, deberán ser capaces de tomar decisiones eficaz y eficientemente garantizando el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Formación académica. - Administrador de Empresa

Funciones del cargo.

- Realizar un cronograma para las compras de insumos
- Pagar la nómina de sus empleados
- Proponer estrategias de marketing para el cumplimiento de los objetivos de Coctel Pacific

- Capacitar, motivar e informar al personal.
- Velar por el buen funcionamiento de Cóctel Pacific.
- Llevar el registro de facturación y hacer entrega de la factura al cliente.
- Visualizar nuevos mercados para en un futuro abrir una sucursal.
- Elaborar reportes financieros para la toma de decisiones.

Bar tender: Su cargo consiste en, llevar a cabo todas las actividades del área de la barra de licores relacionada con la elaboración de los pedidos de Cóctel Pacific, teniendo en cuenta la presentación y gusto de los clientes. Además, será la persona a cargo ante la ausencia del administrador, siendo el segundo al mando dentro de Cóctel Pacific.

Formación académica: Técnico en coctelería.

Funciones del cargo

- Manipulación y preparación bebidas solicitadas por los clientes
- Coordinar las funciones de compras contabilidad y costos.
- Realizar oportunamente la solicitud pedido de acuerdo con lo requerido por los clientes.
- Localizar el proveedor y fijar los precios de materia prima
- Controlar el almacenamiento de los alimentos en bodega

Contador: Persona encargada de llevar el registro de todos los movimientos financieros realizados por Cóctel Pacific. Su pago será por concepto de honorarios.

Funciones:

- Llevar registro de compras de insumos, materia prima, maquinarias y equipo.
- Manejo de nómina.
- Llevar registro de entradas y salidas de dinero.

Disc Jockey (DJ): Este será el encargado de realizar las labores concernientes con el sonido de Cóctel Pacific, la música que amenizará el espacio y animación del lugar.

Es la tercera persona al mando, cumpliendo la función en caso de ausencia por parte del administrador y del bar tender.

Formación académica: DJ con certificación.

Servicios generales: Persona encargada de las instalaciones de Cóctel Pacific, con el fin de mantener este de manera óptima para la prestación de un buen servicio a los clientes.

Es la última persona en la escala jerárquica.

8.3.4 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Sirve de marco de referencia para el análisis de la situación actual de la organización tanto interna como de su entorno. Por lo tanto, es necesario obtener y procesar información sobre el entorno con el fin de identificar oportunidades y amenazas, así como las fortalezas y debilidades que determinan las condiciones internas de la organización.

8.4 INSUMOS EN EL PROCESO ADMINISTRATIVO

Para el desarrollo del proceso administrativo, se requieren de elementos que facilitarán el manejo de toda la información necesaria para el óptimo funcionamiento de Cóctel Pacific, para esto se requieren las siguientes herramientas, insumos y materiales:

8.4.1 EQUIPOS DE CÓMPUTO Y COMUNICACIÓN EN EL PROCESO ADMINISTRATIVO

- **Computador de escritorio:** Con el propósito de brindar buenos equipos al administrador, se provee a este de elementos de muy buena tecnología, el cual permite un manejo óptimo de la información, contiene un terabyte de almacenamiento interno, memoria Ram de 4gb, su sistema operativo es Windows 10, su precio es de \$949.000.

- **Impresora:** Con el fin de facilitar el manejo del papeleo se establece la compra de una impresora multifuncional Epson L120, tiene un costo de \$339.000.
- **Caja registradora:** Para el registro de ventas, se utilizará esta herramienta la cual cuenta con un valor de \$697.700.
- **Teléfonos fijos:** Para la comunicación con entre oficinas, se usarán teléfonos fijos de marca Alcatel con costo de \$29.900.
- **Computador portátil HP BS01LA:** Computador con procesador Intel Core i5 y 16 gigabytes de memoria RAM, lo que lo hace óptimo para el uso del controlador NUMARK MIXTRACK PRO 3, su costo es de \$1'299.800.

Tabla 25: Equipos de cómputo y comunicación en el proceso administrativo

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadores Acer	2	949.000	1.898.000
Impresoras	2	339.000	678.000
Caja registradora	1	697.700	697.700
Teléfonos fijos	2	29.900	59.800
Computador HPBS015LA	1	1.299.800	1.299.800
TOTAL			4.633.300

Fuente: Elaboración propia

8.4.2 MUEBLES Y ENSERES EN EL PROCESO ADMINISTRATIVO

Escritorios: Para brindar comodidad al personal administrativo, se establece el uso de escritorios óptimos para el desarrollo de sus labores, el escritorio tiene un precio de \$169.900.

Sillas ergonómicas: Sillas con un alto nivel de comodidad para el desarrollo de labores de oficina, esta tiene un costo de \$159.900.

- ✓ **Archivador metálico:** Con el fin de darle un buen cuidado a la información, se requiere un elemento en el cual se puedan guardar los archivadores con la información contenida en ellos, este elemento tiene un valor de \$300.000.

Tabla 26: Muebles y enseres en el proceso productivo

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Escritorio	2	169.900	339.800
Sillas ergonómicas	2	159.900	319.800
Archivador metálico	2	300.000	600.000
TOTAL			1.259.600

Fuente: Elaboración propia

8.4.3 ÚTILES, PAPELERÍA Y FOTOCOPIA

- **Grapadoras:** Para aligerar el manejo de documentos y archivos, se requerirá de dos grapadoras de escritorio metálicas, las cuales cuentan un almacenamiento para veinte ganchos, estas presentan un costo de \$5.000.
- **Ganchos:** Se necesitará de ganchos para el uso de las grapadoras anteriormente mencionadas, estos vienen en una presentación de mil unidades estos tienen un costo de \$4.000.
- **Resma de papel:** Este elemento será en presentaciones tamaño carta y oficio, estos vienen en cajas con contenido de diez paquetes y cada paquete cuenta con diez unidades cada una y tienen precios de \$109.000.
- **Bolígrafos:** Una caja de bolígrafos kilométrico paper mate x12 con valor de \$6.900.
- **Resaltadores:** Resaltadores Sharpie x12 con valor de \$23.900.
- **Lápices:** Una caja de lápiz mirado 2 x12 tiene un costo es de \$8.400.
- **Borradores:** Borrador Nata Pz-60 caja x60 unidades con valor de \$23.000.

- **Sacapuntas:** Sacapuntas metálicos x24 unidades, su costo es de \$9.600.

La compra de estos elementos será realizada una vez por año, así como se demuestra en la siguiente tabla:

Tabla 27: Útiles, papelería y fotocopia

DETALLE	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Grapadoras	2	4.000	8.000
Ganchos	3	2.500	7.500
Resma de papel	5	100.000	500.000
Bolígrafos	2	8.000	16.000
Resaltadores	2	21.500	43.000
Lápices	2	8.000	16.000
Borradores	1	1.000	1.000
Sacapuntas	1	9.400	9.400
TOTAL			600.900

Fuente: Elaboración propia

8.4.4 ELEMENTOS DE ASEO

Los insumos de aseo son indispensables para la limpieza de los sitios de trabajo, La limpieza es un factor importante en cualquier tipo de empresa, sin importar su espacio, tamaño o ubicación. Sin embargo, muchas veces es olvidado. Diversos estudios demostraron que la limpieza del entorno de trabajo está relacionada con un mejor rendimiento. Un ambiente higiénico, desinfectado y aseado con regularidad es sinónimo de trabajadores cómodos y con un mejor desempeño, lo que repercute directamente en la producción y resultados finales. Es por ello que unas de las características que tendrá Cóctel Pacific es la higiene en sus instalaciones y procesos. Se resalta que, la compra de estos insumos se realizará cada tres meses, surtiendo la empresa con los elementos necesarios y no se incurra en desperdicios. A continuación, se relacionan los insumos de aseo:

Tabla 28: Elementos de aseo

Útiles de Aseo	Cantidad Cada (3) meses	Valor unitario	Valor Cada (3) meses	Valor anual
Escobas	3	10.000	30.000	120.000
Trapeador	3	10.000	30.000	120.000
Cepillo de mano	3	7.000	21.000	84.000
Cepillo para pisos	3	8.000	24.000	96.000
Recogedor	3	8.000	24.000	96.000
Baldes	3	10.000	30.000	120.000
Tasas para sacar agua	4	5.000	20.000	80.000
Canasta de baño	3	15.000	45.000	180.000
Toalla cocina	15	5.000	75.000	300.000
Lavalozas	5	8.000	40.000	160.000
Esponja platos x20	2	7.000	14.000	56.000
Desinfectante	10	5.000	50.000	200.000
Ambientador	10	12.000	120.000	480.000
Jabón líquido	10	6.000	60.000	240.000
Limpia muebles	8	10.000	80.000	320.000
Papel higiénico	10	20.000	200.000	800.000
Spray de fragancia	8	10.000	80.000	320.000
Bolsa de basuras x30u	5	10.000	50.000	200.000
Total			993.000	3.972.000

Fuente: Elaboración propia

8.4.5 ELEMENTOS DE BIOSEGURIDAD

- **Guantes de vinilo:** Son guantes desechables, estos no ofrecen ninguna reacción alérgica, brinda buen agarre y facilidad de movimiento para los dedos, se usa en caso en donde no existe exposición a fluidos corporales o existe un riesgo de infección bajo, serán usados por el bar tender para la elaboración de cócteles y usará un par de manera diaria este viene con una presentación de cajas con 100 unidades por el precio de \$37.971.
- **Tapabocas:** Elemento protector el cual, de material desechable, protege a la bebida de fluidos provenientes de la boca, lo cual puede resultar desagradable para el consumidor, son usados por todo el personal de Cóctel Pacific y usarán dos de manera diaria, estos son comprados al por mayor, cincuenta unidades de estos tienen un precio de \$20.000.

Tabla 29: Gastos en elementos de bioseguridad

Herramienta	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Guantes de vinilo	7	\$ 37.971	\$ 265.797
Tapabocas x50	50	\$ 20.000	\$ 1.000.000
Total			\$ 1.265.797

Fuente: Elaboración propia

8.4.6 SEGUROS

Cóctel Pacific contará con un seguro, llamado Seguro a todo riesgo, el cual cubrirá todos los gastos de manera integral en materia de pérdidas para la organización, este se paga una vez al año y tiene un costo de \$145.000.

Tabla 30: Seguros

Concepto	Valor

Seguro a todo riesgo	\$145.000
----------------------	-----------

Fuente: Elaboración propia

8.4.3 SERVICIOS PÚBLICOS

El pago por concepto de servicios públicos será de \$410.000 mensualmente, lo cual reflejará un valor de \$4.920.000 anual, estos incluyen pagos por servicio de acueducto y alcantarillado, energía eléctrica, teléfono, transporte, flete y acarreo.

Tabla 31: Servicios públicos

SERVICIO	MENSUAL	ANUAL
Acueducto y alcantarillado	\$ 80.000	\$ 960.000
Energía eléctrica	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Teléfono	\$ 60.000	\$ 720.000
Transporte, flete y acarreo	\$ 70.000	\$ 840.000
TOTAL	\$ 410.000	\$ 4.920.000

Fuente: Elaboración propia

8.5 ANÁLISIS DOFA

El análisis DOFA contiene los elementos clave para analizar el entorno interno y externo de una actividad empresarial y de la capacidad estratégica de una organización. El perfil de capacidad interna de la organización requiere el análisis de la capacidad directiva, competitiva, financiera, técnica o tecnológica y de talento humano, en cuanto al perfil que agrupa el entorno en el que se desenvuelve la compañía es necesario investigar sobre factores tecnológicos, económicos, políticos, geográficos, sociales y competitivos.

https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_FODA#:~:text=8%20Enlaces%20externos-,An%C3%A1lisis%20interno,de%20los%20consumidores%2C%20entre%20otros.

Tabla 32: Análisis DOFA

OPORTUNIDADES Aumento de la demanda del consumo de productos típicos de la región pacífico.	AMENAZAS Poca estabilidad económica en la ciudad. Surgimiento de nuevos competidores.
---	--

Poca competencia directa. Concientización sobre la necesidad de apoyar la cultura de la región. Expansión a nuevas áreas del mercado. Realización de convenios con hoteles y otras empresas del sector turístico para promocionar los productos de Coctel Pacific.	Poco crecimiento de la economía colombiana. Costos de producción y vulnerabilidad ante las grandes empresas competidoras. Normatividad legal y tributaria del país.
FORTALEZAS Ubicación estratégica en el centro de la ciudad lo cual la hace accesible a diversidad de clientes. Baja competencia en el sector. Identidad definida lo cual permite mejorar la imagen corporativa. Calidad en los productos ofrecidos y la prestación del servicio. Personal altamente calificado. Agilidad y eficiencia en la entrega del servicio.	DEBILIDADES Tamaño de la empresa, lo cual causa centralización del poder. Poco reconocimiento en el mercado al ser una empresa relativamente nueva. Costos fijos: altos costos que se deben pagar por arrendamiento, debido a que está ubicado en zona céntrica y de estratos altos. Falta de financiación para dotar el establecimiento de todo lo necesario para su correcto funcionamiento.

Fuente: Elaboración propia

8.6 MATRIZ DE IMPACTOS

Objetivos

Los objetivos de la organización deben interactuar con las estrategias para lograr un óptimo desarrollo del plan estratégico, para el planteamiento del objetivo general y objetivos específicos del Cóctel Pacific se tienen en cuenta la información obtenida mediante el análisis DOFA.

Objetivo General

Elaborar cocteles de bebidas típicas de la región pacífica a base de frutas para ser comercializados en un ambiente acogedor que promueva la diversión y esparcimiento de los clientes, bajo el prisma de la mejora continua y el fortalecimiento de la competitividad.

Objetivos Específicos

Estos objetivos determinan los resultados esperados y se deben desarrollar para cada una de las unidades de trabajo de la organización: área comercial, área de producción, área financiera y área administrativa.

Objetivos comerciales

- Estudiar detalladamente las preferencias y necesidades de los clientes para así poder elaborar productos de acuerdo con sus requerimientos y preferencias.
- Establecerse en el mercado de bebidas, posicionando los cócteles dentro de las preferencias de los habitantes del Distrito.
- Realizar investigaciones continuas que permitan innovar en nuevos productos y servicios.

Objetivos de producción

- Elaborar y comercializar la cantidad de cócteles estipulada en la capacidad instalada.
- Contar con maquinaria y equipos en óptimas condiciones, para el óptimo funcionamiento de Cóctel Pacific.
- Definir en cada proceso los insumos necesarios para la elaboración de los cocteles, de manera que se pueda evitar desperdicios en la elaboración de los productos.

Objetivos financieros

- Adquirir mediante compra el local comercial donde funciona el establecimiento en un plazo no mayor a tres años, con el objetivo de ahorrar el gasto de arrendamiento.
- Llevar un registro adecuado de las cuentas por pagar y así tener un control apropiado de los proveedores y no incurrir en el pago de intereses moratorios.
- Aumentar paulatinamente la utilidad de manera que se pueda llegar a una meta del 40% en los primeros 3 años.

Estrategias

Las estrategias son la serie de acciones de los objetivos básicos a largo plazo de una organización, así también como de los cursos de gestión y la retribución de recursos necesarios para su cumplimiento.

Estrategias comerciales

- ❖ Evaluar constantemente mediante mediciones de opinión, los gustos del consumidor y las nuevas tendencias para elaborar productos que cumplan con las expectativas de los clientes
- ❖ Establecer temáticas de ambientación de acuerdo a las festividades y eventos que ocurren en el año.
- ❖ Realizar encuestas que permitan conocer aquellos sabores que, según la opinión de los clientes, Cóctel Pacific debe tener.

Estrategias de Producción

- ❖ Realizar mantenimiento y revisión de la maquinaria y equipo para aumentar la productividad de estos durante su vida útil.
- ❖ Realizar inspección y mantenimiento preventivo y correctivo de la maquinaria y equipos anualmente.
- ❖ Tener por escrito las recetas de cada uno de los cocteles, para que se utilicen la cantidad apropiada de insumos y se eviten de esta forma los desperdicios.

Estrategias financieras

- ❖ Establecer el 5% de las utilidades obtenidas después de impuestos, para la compra del local comercial.
- ❖ Llevar un registro de todos los movimientos monetarios realizados por Cóctel Pacific.
- ❖ Aumentar gradualmente la población a cubrir.

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Coctel Pacific posee una gran ventaja competitiva, en cuanto a su estructura organizacional y a la forma en que se encuentra distribuidos sus procesos administrativos facilitando el buen desarrollo de cada perfil en el medio laboral.

En cuanto al análisis de la matriz DOFA existen factores externos que son una oportunidad de mucha utilidad, ya que brindarán oportunidad de consolidación en el mercado y cada vez acaparar mayor público, ejemplo; las alianzas con hoteles, esto hará que se puede llegar a los turistas y resultaría en una expansión del mercado, ya que inicialmente estos no están considerandos dentro de la demanda establecida para Cóctel Pacific. Por otra parte, el estipular la compra del local comercial, se establece con el fin de disminuir los costos en materia de arrendamiento y así disminuir ese elevado costo mensual.

9. ESTUDIO DE IMPACTOS

9.1 IMPACTO ECONÓMICO

El impacto económico que presenta esta iniciativa de negocio es de poder contribuir de manera directa e indirecta a la población bonaverense en aras de generar empleabilidad para así aportar al desarrollo económico de la región pacífica como también del territorio nacional. Además, se genera una mayor competencia, lo cual traerá consigo la implementación de nuevas estrategias, como puede ser la auto regulación de precios, promociones y descuentos, por parte de los establecimientos en los cuales se expendan cócteles en el Distrito, con el fin de acaparar mayor cantidad de clientes.

9.2 IMPACTO SOCIOCULTURAL

La tarea de Coctel Pacific es ofrecer en todos sus productos y presentaciones la identidad cultural y sociocultural del pacífico colombiano, un lugar acogedor que muestre la etnia e identidad que nos caracteriza, todo con el fin de mostrar otra cara de la ciudad. En el distrito de Buenaventura se está ejecutando el proyecto llamado “Destila patrimonio” que busca convertir el biche y todas las bebidas producidas a partir del mismo, y de otras bebidas típicas como patrimonio de la nación. Al venderse cocteles con estos productos se está validando ante el distrito y el mundo, esta gran proyección.

<https://www.eltiempo.com/cultura/gastronomia/biche-es-un-destilado-colombiano-por-descubrir-425496>.

9.3 IMPACTO AMBIENTAL

9.3.1 MANEJO ADECUADO DE RESIDUOS SÓLIDOS.

La clasificación y manejo adecuado de residuos sólidos en Coctel Pacific es primordial para la preservación del medio ambiente.

La ley para la adecuada manipulación de alimentos, garantiza así la inocuidad y calidad de los mismos sin causar ningún daño al consumidor.

<https://www.minsalud.gov.co/salud/Paginas/inocuidad-alimentos.aspx>.

Es por esto que el Cóctel Pacific establece dentro del desarrollo de sus procesos las condiciones básicas de higiene, estado de salud de sus colaboradores, infraestructura y buenas prácticas en la manipulación de alimentos.

Condiciones Higiénico-sanitarias y del personal.

- Capacitar a todo el personal para que obtenga la certificación en manipulación de alimentos.
- Mantener una estricta limpieza e higiene personal, lo cual incluye el porte adecuado del uniforme.
- Asistir de manera obligatoria a las jornadas de capacitación establecidas.
- Cóctel Pacific debe disponer de instalaciones sanitarias en cantidad suficiente y garantizar su correcta limpieza y desinfección además de disponer de los siguientes elementos: dispensador de jabón desinfectante, papel higiénico, papeleras y toallas de papel para el secado de manos o secadores automáticos.
- Tanto meseros como personal de cocina deberán mantener su cabello recogido y cubierto totalmente mediante una malla.
- Para el personal de cocina será obligatorio el uso de tapabocas cada vez que se encuentren manipulando alimentos.
- Mantener las uñas cortas, limpias y sin esmalte.
- Usar calzado cerrado y de material impermeable y antideslizante.
- No se permite el uso de ningún tipo de accesorio o joyas para el personal encargado de la preparación y manipulación de los alimentos.

9.3.2 CONDICIONES DEL ÁREA DE PREPARACIÓN DE CÓCTELES

- Los pisos, paredes y techos deben estar contruidos con materiales que no generen ningún tipo de contaminante tóxico, de fácil lavado, no porosos ni absorbentes, con acabados lisos que faciliten su limpieza y desinfección.
- Tener la iluminación adecuada con la intensidad apropiada clara y protegida para evitar el contacto con los alimentos.
- El color de las paredes debe ser de color claro y materiales impermeables, deben ser pintadas con pinturas plásticas no tóxicas.
- Todos los residuos generados deben ser removidos de manera diaria, y disponerse de manera adecuada según lo descrito en el plan para el manejo de residuos sólidos, también deben disponerse los recipientes suficientes y del material adecuado para su almacenamiento.
- Está prohibido el ingreso de animales.
- El almacenamiento de los productos de aseo como jabones y desinfectantes y de sustancias tóxicas o peligrosas deberá estar separado del área de preparación de alimentos o de almacenamiento de materias primas.

9.3.3 EQUIPOS Y UTENSILIOS

Todos equipos y utensilios utilizados en el procesamiento, fabricación, preparación, envasado y expendio de alimentos dependen del tipo del alimento, materia prima o insumo, de la tecnología a emplear y de la máxima capacidad de producción prevista. Todos ellos deben estar diseñados, contruidos, instalados y mantenidos de manera que se evite la contaminación del alimento, facilite la limpieza y desinfección de sus superficies y permitan desempeñar adecuadamente el uso previsto (Capítulo II RESOLUCIÓN 2674 DE 2013). Deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- Estar fabricados con materiales resistentes a la corrosión.

- Todas las superficies que entren en contacto directo con el alimento deberán tener un acabado liso, no poroso ni absorbente evitando que afecten la inocuidad del alimento.
- Todos los equipos deben ser fácilmente desarmables facilitando así los procesos de limpieza y desinfección.

9.3. 4 SEGURIDAD INDUSTRIAL.

Según la página ubicada en la web Euskadi “La Seguridad Industrial es el sistema de disposiciones obligatorias que tienen por objeto la prevención y limitación de riesgos, así como la protección contra accidentes capaces de producir daños a las personas, a los bienes o al medio ambiente derivados de la actividad industrial o de la utilización, funcionamiento y mantenimiento de las instalaciones o equipos y de la producción, uso o consumo, almacenamiento o rehecho de los productos industriales”

Dentro de los procedimientos de Seguridad industrial establecidos para la operación del Coctel Pacific se incluyen:

9.3.4.1 RESPONSABILIDADES DEL EMPLEADOR

- Es responsabilidad y compromiso del empleador garantizar el establecimiento y cumplimiento de la Política de Seguridad y Salud en el trabajo, dentro de la cual se incluye las obligaciones que tiene la empresa con sus trabajadores tales como:
- La entrega de dotación y elementos de protección personal dos veces al año.
- Asignar todos los recursos necesarios con el fin de promover e implementar la política de seguridad y salud en el trabajo de manera eficaz.
- Incluir dentro del programa de Seguridad industrial a todos los empleados, teniendo en cuenta sus necesidades y los diferentes factores de riesgo identificados para el desarrollo de sus funciones

http://www.essalud.gob.pe/downloads/ceprit/BoletinCPR07_.pdf.

9.3.4.2 RESPONSABILIDADES DE SEGURIDAD LOS EMPLEADOS

- Procurar el cuidado de su salud.
- Portar de manera adecuada la dotación y los elementos de protección personal.
Entregados por el empleador para el desarrollo de sus funciones.
- Suministrar información veraz sobre su estado de salud.
- Cumplir con las normas establecidas dentro del Sistema de Seguridad y Salud en el trabajo.
- Participar de las actividades establecidas dentro del Sistema de Seguridad y Salud en el trabajo y contribuir con el cumplimiento de los objetivos del mismo.

9.3.4.3 PLAN DE ACCIÓN ANTE EMERGENCIAS

Coctel Pacific contará con un plan de acción ante emergencias el cual incluye las pautas generales necesarias para dar respuesta en caso de que se presente una emergencia dentro del establecimiento.

Dentro de las cuales se incluye:

- Identificación y publicación de los números de emergencia de las diferentes entidades encargadas de atender este tipo de situaciones (Bomberos, Policía, Hospitales y ambulancias).
- Identificación de salidas de emergencia.
- Ubicación de equipos de emergencia y primeros auxilios como Botiquín y extintores.

9.3.4.4 IDENTIFICACIÓN DE SALIDAS DE EMERGENCIA

En caso de incendio, inundación, terremoto o cualquier tipo de emergencia, los clientes y los empleados por igual deben tener fácil acceso a la o las salidas de emergencia que den directamente al exterior. Cada salida de emergencia debe encontrarse correctamente identificada, con iluminación por encima de ella que indique de manera clara la salida, y garantizar que la puerta abra desde el interior del establecimiento.

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE IMPACTOS

La organización genera un impacto encantador, en todos sus procesos tanto técnicos, administrativos y financieros, se ayuda en la disminución del desempleo, dando a conocer la cultura del Pacífico colombiano, a través de su bebida insignia como lo es viche, de acuerdo a los procesos de producción Cóctel Pacific maneja un nivel mínimo de contaminación del medio ambiente.

10. ESTUDIO LEGAL

10.1 ENTIDADES REGULADORAS

En Colombia después de la constitución contamos con leyes y decretos que son emitidos directamente por parte de la rama legislativa, seguido encontramos dos entes regulatorios en el área de bebidas los cuales son: el Instituto Nacional de Vigencia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA) encargado de la inspección, vigilancia y control de alimentos – bebidas de consumo humano verificando sus condiciones sanitarias. El segundo es el ministerio de salud junto con los entes territoriales de salud (ETS) estos se encargan de vigilar el buen estado de alimentos y bebidas en los puntos de distribución y venta.

El INVIMA como el Ministerio de Salud trabaja conjuntamente para vigilar eventos de vigencia epidemiológica realizando una prevención de estos en los lugares de fabricación con alto riesgo a la salud en caso del no cumplimiento con la reglamentación sanitaria.

10.2 TIPO DE SOCIEDAD

El tipo de sociedad mediante la cual estará constituida la compañía productora y comercializadora de cócteles llamada Cóctel Pacific, será bajo el modelo S.A.S (Sociedad por Acciones Simplificadas), estas pueden ser integradas por varias personas naturales o jurídicas y se constituyen por documento privado, estas tienen su origen en la Ley 1258 de diciembre 05 de 2008.

10.3 NORMAS Y PROCEDIMIENTOS SOBRE LA COMERCIALIZACIÓN

Cóctel Pacific, se abstendrá de participar en hechos los cuales atenten contra la buena fe y la sana competencia, así como en hechos delictivos, los cuales le brinden una ventaja sobre sus competidores, así como incurrir en actos que vayan en contra de la ley nacional.

Debido a que la línea de cócteles que produce y comercializa Cóctel Pacific, se encuentra dentro los bienes de consumo, se trabajará con altos estándares de calidad, estableciendo la seguridad en los procesos como premisa. Dentro del decreto 3466 de 1982, en el cual se hace énfasis, en la calidad, fijación de precios, garantías, entre otros, estableciendo las obligaciones de los productores y comercializadores.

10.4 GASTOS DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD

Para la conformación y consolidación de una sociedad

En el marco legal de constitución de la empresa para su puesta en marcha Cóctel Pacific debe incurrir en gastos legales para la constitución de la sociedad, tales como los descritos en la siguiente tabla:

Tabla 33: Gastos de inscripción y registro mercantil

Avalúo			16.668.199
Impuesto		0,7%	116.677
Estampilla		1,0%	166.682
Estampilla		1,0%	166.682
Estampilla		1,0%	166.682
Estampilla		0,5%	83.341
Inscripción			45.000
Matrícula			36.000
Libros			30.000
In libros			18.400
Formularios			6.200
Establecimiento			148.000
TOTAL			983.664

Fuente: Elaboración propia

10.5 GASTOS LEGALES

Cada año las empresas deben incurrir en gastos legales de renovación de matrícula mercantil, la cual permite la vigencia de la organización en materia comercial, es un requisito obligatorio para todas, esta tiene un costo, el cual año a año incrementa, para el primer año, Cóctel Pacific deberá pagar un total de \$196.000, cabe destacar que el pago de esta se realiza una vez al año.

10.6 IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Además, también se incurre en un gasto legal de industria y comercio por la actividad a que estará dedicada la empresa. Esta tarifa es representada en el acuerdo No 013 de 2020 municipal quien es la entidad competente para establecer los precios de dichos servicios, en este caso, para la actividad en la cual se desarrolla Cóctel Pacific, se estipula una regla del diez por mil, es decir por cada mil pesos ganados, se deben pagar diez pesos.

10.7 FINANCIACIÓN Y TASA DEL INVERSIONISTA

Para la puesta en marcha de este proyecto, los inversionistas han decidido financiar la totalidad del dinero requerido, puesto que no tienen contemplado la participación de compañías de créditos, bancos o fondos de inversiones, a su vez establecen un porcentaje del 25% como ganancia esperada.

11 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

11.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio financiero, el cual permita demostrar en término de cifras, estados y operaciones financieras, así como los recursos económicos necesarios para la creación de este y el desarrollo de sus actividades, además de los costos de producción y ventas, para de esta manera conocer ingresos y egresos, para determinar el grado de viabilidad y proyección a cinco años para Cóctel Pacific.

11.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Calcular los ingresos por ventas.
- Definir la estructura de costos y el costo de ventas.
- Calcular la depreciación y la amortización.
- Definir los gastos operacionales.
- Definir las inversiones necesarias para la creación de un establecimiento como Cóctel Pacific, dedicado a la venta de Cócteles.
- Realizar los estados financieros.
- Valorar la viabilidad de la empresa por medio de indicadores y razones financieras.
- Calcular el punto de equilibrio.
- Calcular el flujo de caja del proyecto.

11.2.1 ESTUDIO ECONÓMICO

11.2.1.1 INGRESOS

Tabla 34: Proyección del precio unitario de venta con un incremento del 4% anual por inflación

PROYECCION DEL PRECIO UNITARIO DE VENTA CON UN INCREMENTO DEL 4% ANUAL POR INFLACIÓN					4%
PRECIO DE VENTA	2022	2023	2024	2025	2026
LIMÓN	\$ 16.000	\$ 16.640	\$ 17.306	\$ 17.998	\$ 18.718

PIÑA	\$ 17.000	\$ 17.680	\$ 18.387	\$ 19.123	\$ 19.888
MORA	\$ 18.000	\$ 18.720	\$ 19.469	\$ 20.248	\$ 21.057

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35: Proyección de las cantidades a vender con un incremento del 2% anual

PROYECCIÓN DE LAS CANTIDADES A VENDER CON UN INCREMENTO DEL 2% ANUAL					
CANTIDAD	2022	2023	2024	2025	2026
PRODUCTO		2%	2%	2%	2%
LIMÓN	2.869	2.926	2.985	3.045	3.105
PIÑA	3.600	3.672	3.745	3.820	3.897
MORA	3.965	4.044	4.125	4.208	4.292
TOTAL	10.434	10.643	10.856	11.073	11.294

Fuente: Elaboración propia

Tabla 36: Proyección de ingresos años 2022-2025

INGRESOS	2022	2023	2024	2025	2026
PRODUCTO					
LIMÓN	\$ 45.904.000	\$ 48.694.963	\$ 51.655.617	\$ 54.796.278	\$ 58.127.892
PIÑA	\$ 61.200.000	\$ 64.920.960	\$ 68.868.154	\$ 73.055.338	\$ 77.497.103
MORA	\$ 71.370.000	\$ 75.709.296	\$ 80.312.421	\$ 85.195.416	\$ 90.375.298
TOTAL	\$ 178.474.000	\$ 189.325.219	\$ 200.836.193	\$ 213.047.033	\$ 226.000.293

Fuente: Elaboración propia

11.2.1.2 COSTO DE VENTAS

11.2.1.2.1 ESTRUCTURA DE COSTOS

Tabla 37: Estructura de costo unitario para la elaboración del cóctel de limón

ESTRUCTURA DE COSTO UNITARIO PARA LA ELABORACIÓN DEL CÓCTEL DE LIMÓN				
Insumo	Unidad	Precio	Unidades producidas	Costo
Viche curao	750 mil	\$ 10.000	10	\$ 1.000
Limón	1000 gramos	\$ 3.000	10	\$ 300
Panela fundida	1000 gramos	\$ 4.350	30	\$ 145
Gaseosa Sprite	3,5 litros	\$ 5.350	50	\$ 107
Vodka	750 mil	\$ 58.900	21	\$ 2.805

Hielo	3000 gramos	\$ 6.500	40	\$ 163
Total				\$ 4.519

Fuente: Elaboración propia

Tabla 38: Estructura de costo unitario para la elaboración del cóctel de piña

ESTRUCTURA DE COSTO UNITARIO PARA LA ELABORACIÓN DEL CÓCTEL DE PIÑA				
Insumo	Unidad	Precio	Unidades producidas	Costo
Viche curao	750 mil	\$ 10.000	10	\$ 1.000
Piña	500 gramos	\$ 5.370	5	\$ 570
Panela fundida	1000 gramos	\$ 4.350	30	\$ 145
Gaseosa Sprite	3,5 litros	\$ 5.350	50	\$ 107
Ron Bacardí blanco	750 mil	\$ 58.900	21	\$ 1.948
Hielo	3000 gramos	\$ 6.500	40	\$ 163
				\$ 3.932

Fuente: Elaboración propia

Tabla 39: Estructura de costo unitario para la elaboración del cóctel de mora

ESTRUCTURA DE COSTO UNITARIO PARA LA ELABORACIÓN DEL CÓCTEL DE MORA				
Insumo	Unidad	Precio	Unidades producidas	Costo
Viche curao	750 mil	\$ 10.000	10	\$ 1.000
Mora	500 gramos	\$ 5.370	5	\$ 1.074
Panela fundida	1000 gramos	\$ 4.350	30	\$ 145
Gaseosa Sprite	3,5 litros	\$ 5.350	50	\$ 107
Triple sec	750 mil	\$ 58.900	21	\$ 1.557
Hielo	3000 gramos	\$ 6.500	40	\$ 163
Total				\$ 4.046

Fuente: Elaboración propia

11.2.1.2.2 COSTO DE VENTAS

Tabla 40: Proyección del costo unitario de elaboración de cócteles con un incremento del 4% anual por inflación

PROYECCIÓN DEL COSTO UNITARIO DE ELABORACIÓN DE CÓCTELES CON UN INCREMENTO DEL 4% ANUAL POR INFLACIÓN
--

COSTO UNITARIO DEL PRODUCTO	2022	2023	2024	2025	2026
PRODUCTO		4%	4%	4%	4,0%
LIMÓN	\$ 4.519	\$ 4.700	\$ 4.888	\$ 5.083	\$ 5.287
PIÑA	\$ 3.932	\$ 4.089	\$ 4.253	\$ 4.423	\$ 4.600
MORA	\$ 4.046	\$ 4.208	\$ 4.376	\$ 4.551	\$ 4.733

Fuente: Elaboración propia

Tabla 41: Proyección de las cantidades a vender con un incremento del 2% anual

PROYECCIÓN DE LAS CANTIDADES A VENDER CON UN INCREMENTO DEL 2% ANUAL					
CANTIDAD	2022	2023	2024	2025	2026
PRODUCTO		2%	2%	2%	2%
LIMÓN	2.869	2.926	2.985	3.045	3.105
PIÑA	3.600	3.672	3.745	3.820	3.897
MORA	3.965	4.044	4.125	4.208	4.292
TOTAL	10.434	10.643	10.856	11.073	11.294

Fuente: Elaboración propia

Tabla 42: Proyección del costo de venta anual por producto

PROYECCIÓN DEL COSTO DE VENTA ANUAL POR PRODUCTO					
COSTO DE VENTA	2022	2023	2024	2025	2026
PRODUCTO					
LIMÓN	\$ 12.965.011	\$ 13.753.284	\$ 14.589.483	\$ 15.476.524	\$ 16.417.497
PIÑA	\$ 14.155.200	\$ 15.015.836	\$ 15.928.799	\$ 16.897.270	\$ 17.924.624
MORA	\$ 16.042.390	\$ 17.017.767	\$ 18.052.448	\$ 19.150.036	\$ 20.314.359
TOTAL	\$ 43.162.601	\$ 45.786.887	\$ 48.570.730	\$ 51.523.830	\$ 54.656.479

Fuente: Elaboración propia

11.2.3 DEPRECIACIÓN

Tabla 43: Depreciación

	VIDA ÚTIL	Costo total	2022	2023	2024	2025	2026	ACUMULADO
MAQUINARIA Y EQUIPO	10 AÑOS	\$ 7.332.299	\$ 733.230	\$ 733.230	\$ 733.230	\$ 733.230	\$ 733.230	\$ 3.666.150
Licuadora		\$ 392.000	\$ 39.200	\$ 39.200	\$ 39.200	\$ 39.200	\$ 39.200	\$ 196.000
Estufa de inducción eléctrica marca Premier		\$ 214.900	\$ 21.490	\$ 21.490	\$ 21.490	\$ 21.490	\$ 21.490	\$ 107.450
Nevera minibar L 93 inoxidable Mabe		\$ 1.239.800	\$ 123.980	\$ 123.980	\$ 123.980	\$ 123.980	\$ 123.980	\$ 619.900
Mezcladora de sonido de cuatro canales vento Mix4fx		\$ 480.000	\$ 48.000	\$ 48.000	\$ 48.000	\$ 48.000	\$ 48.000	\$ 240.000
Planta de sonido Spain 1500		\$ 1.960.000	\$ 196.000	\$ 196.000	\$ 196.000	\$ 196.000	\$ 196.000	\$ 980.000
Controlador Pioneer DDJ-400		\$ 1.050.000	\$ 105.000	\$ 105.000	\$ 105.000	\$ 105.000	\$ 105.000	\$ 525.000
Parlantes surround Yamaha x6		\$ 1.995.599	\$ 199.560	\$ 199.560	\$ 199.560	\$ 199.560	\$ 199.560	\$ 997.800
MUEBELES Y ENSERES	10 AÑOS	\$ 4.702.600	\$ 470.260	\$ 470.260	\$ 470.260	\$ 470.260	\$ 470.260	\$ 2.351.300
Sillas tipo bar		\$ 420.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 210.000
Sillas puff sin espaldar y mesas		\$ 1.196.000	\$ 119.600	\$ 119.600	\$ 119.600	\$ 119.600	\$ 119.600	\$ 598.000
Sillas puff con espaldar y mesas		\$ 1.470.000	\$ 147.000	\$ 147.000	\$ 147.000	\$ 147.000	\$ 147.000	\$ 735.000
Rack		\$ 152.000	\$ 15.200	\$ 15.200	\$ 15.200	\$ 15.200	\$ 15.200	\$ 76.000
Soprote para controlador y computador		\$ 205.000	\$ 20.500	\$ 20.500	\$ 20.500	\$ 20.500	\$ 20.500	\$ 102.500
Escritorio		\$ 339.800	\$ 33.980	\$ 33.980	\$ 33.980	\$ 33.980	\$ 33.980	\$ 169.900
Sillas ergonómicas		\$ 319.800	\$ 31.980	\$ 31.980	\$ 31.980	\$ 31.980	\$ 31.980	\$ 159.900
Archivador metálico		\$ 600.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 300.000
EQUIPOS DE CÓMPUTO Y COMUNICACIÓN	5 AÑOS	\$ 4.633.300	\$ 926.660	\$ 926.660	\$ 926.660	\$ 926.660	\$ 926.660	\$ 4.633.300
Computadores Hacer		\$ 1.898.000	\$ 379.600	\$ 379.600	\$ 379.600	\$ 379.600	\$ 379.600	\$ 1.898.000
Impresoras		\$ 678.000	\$ 135.600	\$ 135.600	\$ 135.600	\$ 135.600	\$ 135.600	\$ 678.000
Caja registradora		\$ 697.700	\$ 139.540	\$ 139.540	\$ 139.540	\$ 139.540	\$ 139.540	\$ 697.700
Teléfonos fijos		\$ 59.800	\$ 11.960	\$ 11.960	\$ 11.960	\$ 11.960	\$ 11.960	\$ 59.800
Computador HPBS015LA		\$ 1.299.800	\$ 259.960	\$ 259.960	\$ 259.960	\$ 259.960	\$ 259.960	\$ 1.299.800
TOTAL		\$ 16.668.199	\$ 2.130.150	\$ 2.130.150	\$ 2.130.150	\$ 2.130.150	\$ 2.130.150	\$ 10.650.750

Fuente: Elaboración propia

NOTA: EL CONCEPTO DE MUEBLES Y ENSERES SE ENCUENTRA DIVIDIDO EN DOS PARTES, LA PRIMERA SE ENCUENTRA EN EL ESTUDIO TÉCNICO TABLA 15 Y LA SEGUNDA PARTE SE ENCUENTRA EN EL ESTUDIO ADMINISTRATIVO EN LA TABLA 26.

VALOR TOTAL TABLA 15	3.443.000						
VALOR TOTAL TABLA 26	1.259.600						
TOTAL	4.702.600						

11.2.3.1 AMORTIZACIÓN

Tabla 44: Amortización gastos preoperativos

CÁLCULO AMORTIZACIÓN GASTOS PREOPERATIVOS							
	VIDA UTIL	Costo total	2022	2023	2024	2025	2026
Inscripción y matrícula registro mercantil	5	\$ 983.664	\$ 196.733	\$ 196.733	\$ 196.733	\$ 196.733	\$ 196.733
Adecuaciones locativas	5	\$ 3.500.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000
TOTAL, CARGOS DIFERIDOS		\$ 4.483.664	\$ 896.733	\$ 896.733	\$ 896.733	\$ 896.733	\$ 896.733

Fuente: Elaboración propia

11.2.4 GASTOS DE PERSONAL

Tabla 45: Gastos de personal

GASTOS DE PERSONAL		ADMINISTRADOR	OTROS*
		Mensual	Mensual
Salario		1.000.000	908.526

Auxilio de transporte			106.454	106.454
TOTAL			1.106.454	1.014.980
Cesantías		8,33%	92.168	84.548
Intereses cesantías		1,00%	11.065	10.150
Prima de servicios		8,33%	92.168	84.548
Vacaciones		4,17%	41.700	37.886
Aportes salud		8,50%	85.000	77.225
Aportes pensión		12,00%	120.000	109.023
ARL		0,52%	5.220	4.743
Aportes parafiscales		9,00%	90.000	81.767
TOTAL, MENSUAL			1.643.774	1.504.869
TOTAL, ANUAL		12	19.725.285	18.058.424
Número de empleados			1	3
Total, gastos de personal			19.725.285	54.175.272
Gran total gastos de personal			73.900.558	

Fuente: Elaboración propia

NOTA: OTROS*: Corresponde al personal que se desempeña como bar tender, disc jockey y servicios generales, quienes devengan el salario mínimo mensual más el auxilio de transporte.

11.2.5 GASTOS OPERACIONALES

Tabla 46: Gastos de personal con incremento del 4% anual por inflación

GASTOS DE PERSONAL CON INCREMENTO DEL 4% ANUAL POR INFLACIÓN				4%	
AÑOS	2022	2023	2024	2025	2026
Salarios, prestaciones y aportes	73.900.558	76.856.580	79.930.843	83.128.077	86.453.200
Dotaciones de personal	516.000	536.640	558.106	580.430	603.647
TOTAL, GASTOS DE PERSONAL	74.416.558	77.393.220	80.488.949	83.708.507	87.056.847

Fuente: Elaboración propia

Tabla 47: Gastos honorarios con incremento del 4% anual por inflación

GASTOS HONORARIOS CON INCREMENTO DEL 4% ANUAL POR INFLACIÓN				4%	
AÑOS	2022	2023	2024	2025	2026
Honorarios, asesoría contable y financiera	9.600.000	9.984.000	10.383.360	10.798.694	11.230.642
TOTAL, GASTOS HONORARIOS	9.600.000	9.984.000	10.383.360	10.798.694	11.230.642

Fuente: Elaboración propia

Tabla 48: Gastos impuestos

GASTOS IMPUESTOS		0,01			
AÑOS	2022	2023	2024	2025	2026
INGRESOS TOTALES	172.853.000	183.362.462	194.510.900	206.337.163	218.882.462
Gasto impuesto industria y comercio	1.728.530	1.833.625	1.945.109	2.063.372	2.188.825
TOTAL, GASTOS IMPUESTOS	1.728.530	1.833.625	1.945.109	2.063.372	2.188.825

Fuente: Elaboración propia

Tabla 49: Gastos de arrendamiento con incremento del 4% anual por inflación

GASTOS DE ARRENDAMIENTO CON INCREMENTO DEL 4% ANUAL POR INFLACIÓN					
				4%	
AÑOS	2022	2023	2024	2025	2026
Arrendamiento	19.200.000	19.968.000	20.766.720	21.597.389	22.461.284
TOTAL, GASTOS ARRENDAMIENTO	19.200.000	19.968.000	20.766.720	21.597.389	22.461.284

Fuente: Elaboración propia

Tabla 50: Gastos de seguros con incremento del 4% anual por inflación

GASTOS DE SEGUROS CON INCREMENTO DEL 4% ANUAL POR INFLACIÓN				4%	
AÑOS	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026
Seguro a todo riesgo	145.000	150.800	156.832	163.105	169.629
TOTAL, GASTOS SEGUROS	145.000	150.800	156.832	163.105	169.629

Fuente: Elaboración propia

Tabla 51: Gastos de servicios con incremento del 4% anual por inflación

GASTOS DE SERVICIOS CON INCREMENTO DEL 4% ANUAL POR INFLACIÓN				4%	
AÑOS	2022	2023	2024	2025	2026
Acueducto y alcantarillado	960.000	998.400	1.038.336	1.079.869	1.123.064
Energía eléctrica	2.400.000	2.496.000	2.595.840	2.699.674	2.807.661
Teléfono	720.000	748.800	778.752	809.902	842.298
Transporte, flete y acarreo	840.000	873.600	908.544	944.886	982.681
TOTAL, SERVICIOS	4.920.000	5.116.800	5.321.472	5.534.331	5.755.704

Fuente: Elaboración propia

Tabla 52: Gastos legales con incremento del 4% anual por inflación

GASTOS LEGALES CON INCREMENTO DEL 4% ANUAL POR INFLACIÓN				4%	
AÑOS	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026
Renovación registro mercantil	196.000	203.840	211.994	220.473	229.292
TOTAL, GASTOS LEGALES	196.000	203.840	211.994	220.473	229.292

Fuente: Elaboración propia

Tabla 53: Gastos de depreciaciones

GASTOS DE DEPRECIACIONES					
AÑOS	2022	2023	2024	2025	2026
Depreciaciones	2.130.150	2.130.150	2.130.150	2.130.150	2.130.150
TOTAL, GASTOS DEPRECIACIONES	2.130.150	2.130.150	2.130.150	2.130.150	2.130.150

Fuente: Elaboración propia

Tabla 54: Gastos amortizaciones

GASTOS AMORTIZACIONES					
AÑOS	2022	2023	2024	2025	2026
Cargos diferidos	896.733	896.733	896.733	896.733	896.733
TOTAL, GASTOS AMORTIZACIONES	896.733	896.733	896.733	896.733	896.733

Fuente: Elaboración propia

Tabla 55: Gastos diversos con incremento del 4% anual por inflación

GASTOS DIVERSOS CON INCREMENTO DEL 4% ANUAL POR INFLACIÓN				4%	
AÑOS	2022	2023	2024	2025	2026
Elementos de aseo y cafetería	3.972.000	4.130.880	4.296.115	4.467.960	4.646.678
Gastos en el proceso productivo	866.852	901.526	937.587	975.091	1.014.094
Útiles, papelería y fotocopia	600.900	624.936	649.933	675.931	702.968
Publicidad	1.329.000	1.382.160	1.437.446	1.494.944	1.554.742

Elementos de bioseguridad	1.265.797	1.316.429	1.369.086	1.423.849	1.480.803
TOTAL	8.034.549	8.355.931	8.690.168	9.037.775	9.399.286

Fuente: Elaboración propia

Tabla 56: TOTAL GASTOS FIJOS Y VARIABLES

GRAN TOTAL				121.267.519	126.033.098	130.991.486	136.150.529	141.518.393
TOTAL, VARIABLES				1.728.530	1.833.625	1.945.109	2.063.372	2.188.825
TOTAL, FIJOS				119.538.989	124.199.474	129.046.377	134.087.157	139.329.568
TOTAL, GENERAL				121.267.519	126.033.098	130.991.486	136.150.529	141.518.393
GASTOS DE OPERACIÓN SIN DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN								
				118.240.637	123.006.216	127.964.604	133.123.646	138.491.510

Fuente: Elaboración propia

11.2.6 INVERSIONES

Tabla 57: Inversiones en el proyecto

INVERSIONES EN EL PROYECTO				
Inversiones fijas				16.668.199
Maquinaria y equipo			7.332.299	
Muebles y enseres			4.702.600	
Equipos de cómputo y comunicación			4.633.300	

Inversiones diferidas			4.483.664
Cargos diferidos		4.483.664	
Capital de trabajo			12.402.302
Capital de trabajo inicial		12.402.302	
TOTAL, INVERSIONES DEL PROYECTO			33.554.165
NOTA: La inversión total será financiada por los inversionistas			

Fuente: Elaboración propia

Tabla 58: Patrimonio

PATRIMONIO			2022	2023	2024	2025	2026
Aportes sociales			33.554.165	33.554.165	34.100.134	34.670.974	35.267.865
Más: Incrementos del capital de trabajo				545.969	570.840	596.891	624.179
Patrimonio ajustado			33.554.165	34.100.134	34.670.974	35.267.865	35.892.043

Fuente: Elaboración propia

11.2.6.1 CAPITAL DE TRABAJO

Tabla 59: Cálculo del capital de trabajo

CÁLCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO								
Gastos generales								
DETALLE		Días de cobertura	Coeficiente de renovación	2022	2023	2024	2025	2025
Nómina		30	12	74.416.558	77.393.220	80.488.949	83.708.507	87.056.847
Honorarios		30	12	9.600.000	9.984.000	10.383.360	10.798.694	11.230.642
Arrendamiento		30	12	19.200.000	19.968.000	20.766.720	21.597.389	22.461.284
Servicios		30	12	4.920.000	5.116.800	5.321.472	5.534.331	5.755.704
Elementos de aseo y cafetería		90	4	3.972.000	4.130.880	4.296.115	4.467.960	4.646.678
Inventario		20	18	43.162.601	45.786.887	48.570.730	51.523.830	54.656.479
Efectivo requerido en caja				2022	2023	2024	2025	2025
Nómina				6.201.380	6.449.435	6.707.412	6.975.709	7.254.737
Honorarios				800.000	832.000	865.280	899.891	935.887
Arrendamiento				1.600.000	1.664.000	1.730.560	1.799.782	1.871.774
Servicios				410.000	426.400	443.456	461.194	479.642
Elementos de aseo y cafetería				993.000	1.032.720	1.074.029	1.116.990	1.161.670
TOTAL, EFECTIVO REQUERIDO EN CAJA				10.004.380	10.404.555	10.820.737	11.253.567	11.703.709
Inventario mínimo a mantener				2.397.922	2.543.716	2.698.374	2.862.435	3.036.471
TOTAL, CAPITAL DE TRABAJO				12.402.302	12.948.271	13.519.111	14.116.002	14.740.180
Incrementos del capital de trabajo					545.969	570.840	596.891	624.179

Fuente: Elaboración propia

11.3 ANÁLISIS FINANCIERO

Tabla 60: Estado de resultados

CÓCTEL PACIFIC SAS						
ESTADO DE RESULTADOS						
Por los años terminados al 31 de diciembre del año 2022 al 2026						
DESCRIPCIÓN		2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos operacionales		178.474.000	189.325.219	200.836.193	213.047.033	226.000.293
Costo de ventas		43.162.601	45.786.887	48.570.730	51.523.830	54.656.479
Utilidad bruta		135.311.399	143.538.332	152.265.463	161.523.203	171.343.814
Gastos operacionales		121.267.519	126.033.098	130.991.486	136.150.529	141.518.393
Gastos de personal		74.416.558	77.393.220	80.488.949	83.708.507	87.056.847
Gastos honorarios		9.600.000	9.984.000	10.383.360	10.798.694	11.230.642
Gastos impuestos		1.728.530	1.833.625	1.945.109	2.063.372	2.188.825
Gastos arrendamiento		19.200.000	19.968.000	20.766.720	21.597.389	22.461.284
Gastos seguros		145.000	150.800	156.832	163.105	169.629
Gastos servicios		4.920.000	5.116.800	5.321.472	5.534.331	5.755.704
Gastos legales		196.000	203.840	211.994	220.473	229.292
Gastos depreciaciones		2.130.150	2.130.150	2.130.150	2.130.150	2.130.150
Gastos amortizaciones		896.733	896.733	896.733	896.733	896.733
Gastos diversos		8.034.549	8.355.931	8.690.168	9.037.775	9.399.286
Utilidad operativa		14.043.880	17.505.234	21.273.976	25.372.674	29.825.421
Impuesto de renta	30%	4.213.164	5.251.570	6.382.193	7.611.802	8.947.626
Utilidad del ejercicio		9.830.716	12.253.664	14.891.783	17.760.872	20.877.795

Fuente: Elaboración propia

Tabla 61: Presupuesto de efectivo

CÓCTEL PACIFIC SAS						
PRESUPUESTO DE EFECTIVO Años 2022-2026						
DETALLE		2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos de efectivo						
Ingresos de operación		178.474.000	189.325.219	200.836.193	213.047.033	226.000.293
Total, ingresos de efectivo		178.474.000	189.325.219	200.836.193	213.047.033	226.000.293
Egresos de efectivo						
Compra de inventarios		43.162.601	45.786.887	48.570.730	51.523.830	54.656.479
Gastos de personal		74.416.558	77.393.220	80.488.949	83.708.507	87.056.847
Gastos honorarios		9.600.000	9.984.000	10.383.360	10.798.694	11.230.642
Gastos impuestos		1.728.530	1.833.625	1.945.109	2.063.372	2.188.825
Gastos arrendamiento		19.200.000	19.968.000	20.766.720	21.597.389	22.461.284
Gastos seguros		145.000	150.800	156.832	163.105	169.629
Gastos servicios		4.920.000	5.116.800	5.321.472	5.534.331	5.755.704
Gastos legales		196.000	203.840	211.994	220.473	229.292
Gastos diversos		8.034.549	8.355.931	8.690.168	9.037.775	9.399.286
Pago impuesto de renta			4.213.164	5.251.570	6.382.193	7.611.802
Total, egresos de efectivo		161.403.238	173.006.267	181.786.904	191.029.669	200.759.791
Flujo neto de efectivo		17.070.762	16.318.953	19.049.289	22.017.364	25.240.501
Flujo neto de efectivo acumulado		17.070.762	33.389.715	52.439.004	74.456.368	99.696.869
(más efectivo requerido en caja)		10.004.380	10.404.555	10.820.737	11.253.567	11.703.709
Total, efectivo disponible		27.075.142	43.794.270	63.259.741	85.709.934	111.400.578

Fuente: Elaboración propia

Tabla 62: Estado de situación financiera

CÓCTEL PACIFIC SAS						
Estado de situación financiera						
Para los años terminados al 31 de diciembre del 2022-2026						
DETALLE		2022	2023	2024	2025	2026
ACTIVOS						
Activos corrientes						
Efectivo		27.075.142	43.794.270	63.259.741	85.709.934	111.400.578
Inventarios		2.397.922	2.543.716	2.698.374	2.862.435	3.036.471
Total, activos corrientes		29.473.064	46.337.986	65.958.115	88.572.369	114.437.049
Activos fijos						
Maquinaria y equipo		7.332.299	7.332.299	7.332.299	7.332.299	7.332.299
Muebles y enseres		4.702.600	4.702.600	4.702.600	4.702.600	4.702.600
Equipos de cómputo y comunicación		4.633.300	4.633.300	4.633.300	4.633.300	4.633.300
Total, activos fijos		16.668.199	16.668.199	16.668.199	16.668.199	16.668.199
Depreciación acumulada						
Maquinaria y equipo		733.230	1.466.460	2.199.690	2.932.920	3.666.150
Muebles y enseres		470.260	940.520	1.410.780	1.881.040	2.351.300
Equipos de cómputo y comunicación		926.660	1.853.320	2.779.980	3.706.640	4.633.300
Total, depreciación acumulada		2.130.150	4.260.300	6.390.450	8.520.600	10.650.750
Activos diferidos						
Cargos diferidos		3.586.931	2.690.198	1.793.466	896.733	0
Total, activos		47.598.045	61.436.083	78.029.330	97.616.701	120.454.499
PASIVO Y PATRIMONIO						
PASIVO CORRIENTE						

Impuesto de renta por pagar			4.213.164	5.251.570	6.382.193	7.611.802	8.947.626
Total, pasivo corriente			4.213.164	5.251.570	6.382.193	7.611.802	8.947.626
PATRIMONIO							
Aportes sociales			33.554.165	34.100.134	34.670.974	35.267.865	35.892.043
Utilidad del ejercicio			9.830.716	12.253.664	14.891.783	17.760.872	20.877.795
Utilidades acumuladas			0	9.830.716	22.084.379	36.976.163	54.737.035
TOTAL, PATRIMONIO			43.384.881	56.184.513	71.647.137	90.004.899	111.506.873
TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO			47.598.045	61.436.083	78.029.330	97.616.701	120.454.499

Fuente: Elaboración propia

11.4 RAZONES FINANCIERAS

Tabla 63: Razones de liquidez

RAZONES DE LIQUIDEZ					2022	2023	2024	2025	2026
Razón circulante		activos corrientes / pasivos corrientes			7,00	8,82	10,33	11,64	12,79
Razón rápida		(activos corrientes - inventarios) / pasivos corrientes			6,43	8,34	9,91	11,26	12,45
Capital neto de trabajo		activos corrientes - pasivos corrientes			25.259.900	41.086.416	59.575.922	80.960.567	105.489.423

Fuente: Elaboración propia

Tabla 64: Razones de actividad

RAZONES DE ACTIVIDAD					2022	2023	2024	2025	2026
Rotación de inventarios		costo de los bienes vendidos / inventario			18,00	18,00	18,00	18,00	18,00
Días de inventarios		360 / rotación de inventarios			20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Rotación de activos totales		ventas / activos totales			3,75	3,08	2,57	2,18	1,88
Días de activos		360 / rotación de activos totales			96,01	116,82	139,87	164,95	191,87

Fuente: Elaboración propia

Tabla 65: Razones de deuda

RAZONES DE DEUDA					2022	2023	2024	2025	2026
Razón de endeudamiento		pasivos totales / activos totales			9%	9%	8%	8%	7%
Razón deuda capital patrimonial		pasivos totales / capital patrimonial			13%	15%	18%	22%	25%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 66: Razones de rendimiento

RAZONES DE RENDIMIENTO							2022	2023	2024	2025	2026
Margen de utilidad bruta	utilidades brutas / ventas						76%	76%	76%	76%	76%
Margen de utilidad operativa	utilidades operativas / ventas						8%	9%	11%	12%	13%
Margen de utilidad neta	utilidad neta / ventas						6%	6%	7%	8%	9%
Rendimiento sobre activos totales	utilidad neta / activos totales						21%	20%	19%	18%	17%
Rendimiento sobre el patrimonio	utilidad neta / capital patrimonial						23%	22%	21%	20%	19%

Fuente: Elaboración propia

11.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 67: Punto de equilibrio

ESTRUCTURA DE COSTOS								
CONCEPTO				2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos				178.474.000	189.325.219	200.836.193	213.047.033	226.000.293
COSTOS VARIABLES								
Costo de ventas				43.162.601	45.786.887	48.570.730	51.523.830	54.656.479
Gastos de operación variables				1.728.530	1.833.625	1,945.109	2.063.372	2.188.825
Total, costos variables				44.891.131	47.620.512	50.515.839	53.587.202	56.845.304
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN (\$)				133.582.869	141.704.707	150.320.354	159.459.831	169.154.989
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PORCENTUAL				74,85%	74,85%	74,85%	74,85%	74,85%

COSTOS FIJOS TOTALES				119.538.989	124.199.474	129.046.377	134.087.157	139.329.568
PUNTO DE EQUILIBRIO				159.710.611	165.937.272	172.413.000	179.147.756	186.151.903
MARGEN DE SEGURIDAD (\$)				18.763.389	23.387.947	28.423.193	33.899.277	39.848.389
MARGEN DE SEGURIDAD PORCENTUAL				10,51%	12,35%	14,15%	15,91%	17,63%

Fuente: Elaboración propia

11.6 FLUJO DE CAJA

Tabla 68: Flujo de caja del proyecto

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO								
CONCEPTO			0	2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos				178.474.000	189.325.219	200.836.193	213.047.033	226.000.293
Costo de ventas				43.162.601	45.786.887	48.570.730	51.523.830	54.656.479
Gastos de operación (sin depreciación y amortización)				118.240.637	123.006.216	127.964.604	133.123.646	138.491.510
Gastos depreciación				2.130.150	2.130.150	2.130.150	2.130.150	2.130.150
Gastos amortización				896.733	896.733	896.733	896.733	896.733
Utilidad antes de impuestos				14.043.880	17.505.234	21.273.976	25.372.674	29.825.421
Imporrenta causado				4.213.164	5.251.570	6.382.193	7.611.802	8.947.626
Imporrenta pagado					4.213.164	5.251.570	6.382.193	7.611.802
Gasto depreciación				2.130.150	2.130.150	2.130.150	2.130.150	2.130.150
Gasto amortización				896.733	896.733	896.733	896.733	896.733

Otros ingresos no gravados					545.969	570.840	596.891	624.179
FLUJO NETO DE EFECTIVO			-33.554.165	17.070.762	16.864.921	19.620.129	22.614.254	25.864.680
VPN		18.679.637						
TIR		48%						
TASA DEL INVERSIONISTA		25%						
TASA DE IMPORRENTA		30%						

Fuente: Elaboración propia

NOTA: En la evaluación financiera de este proyecto solamente se presentará un único flujo de caja del proyecto, debido a que los inversionistas con sus propios recursos se hacen cargo de toda la inversión. Razón por la cual el flujo de caja del proyecto corresponde también al flujo de caja de los inversionistas.

CONCLUSIONES

- Los ingresos por ventas se verán afectados por el crecimiento poblacional y por el porcentaje promedio de inflación de los últimos años.
- Las estructuras de costos reflejan que, el precio de producir un cóctel no excede los \$4.600.
- Cóctel Pacific contará con una nómina de cuatro colaboradores, lo cual implica un pago de \$74.416.558 para el primer año por concepto de nómina.
- La inversión inicial será financiada en su totalidad por los inversionistas.
- El valor presente neto del proyecto es de \$18.679.637.
- El proyecto presenta una tasa interna de retorno del 48%.
- La tasa de imprevista es del 30%.
- Cóctel Pacific tiene un punto de equilibrio de \$159.710.611 en su primer año.
- Solo se presenta un flujo de caja, puesto que los inversionistas serán los que financien en su totalidad el proyecto.

12 CONCLUSIONES

Cóctel Pacific cuenta con un nivel elevado de recuperación de la inversión, ya que se da en corto tiempo según las proyecciones, además no cuenta con una estructura de alta complejidad y sus procesos no requieren de técnicas desconocidas, si se llevan a cabo de manera óptima los procesos de producción, publicidad y administrativos, Cóctel Pacific se convertirá en una gran empresa.

13. BIBLIOGRAFÍA

- El papel del empresario, según Israel M. Kirzner. [En línea]. [9 enero de 2020]
disponible en: (<https://mipropiojefe.com/el-papel-del-empresariosegun-israel-m-kirzner/>)
- BUENAVENTURA. Descripción. Disponible en:
[https://es.wikipedia.org/wiki/Buenaventura_\(Valle_del_Cauca\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Buenaventura_(Valle_del_Cauca))
- BACA URBINA, Gabriel, Evaluación de Proyecto: Estudio técnico. 6ta edición.
México: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V., 2010.
Pág. 84
- *Sosquua. Revista Especializada En Gastronomía*, 2(1), 57-66.
- TRANSPARENTE. Organización líneo-funcional y organización funcional o de Taylor. (En línea). (26 febrero de 2020). Disponible en:
(<https://normasicontec.xyz/trabajos-escritos/referencias-bibliografia/>)
- MÉNDEZ, Carlos Eduardo, metodología, diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales 4 edición
- El papel del empresario, según Israel M. Kirzner. [En línea]. [9 enero de 2020]
disponible en: (<https://mipropiojefe.com/el-papel-del-empresariosegun-israel-m-kirzner/>)
- Constitución política de Colombia. Disponible en:
(<https://www.constitucioncolombia.com/titulo-12/capitulo-1/articulo-333>)
- Ley 300 DE 1996: Ley General de Turismo. Disponible en: <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1657837>)
- MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS DE COLOMBIA. Decreto 3075 de 1997.
Disponible en: <https://www.manipulaciondealimentoscolombia.com/normatividad>

- LANDAURE, Juan. ¿Qué son los estudios de viabilidad? (En línea). (26 febrero de 2020) disponible en: (<https://www.esan.edu.pe/apuntesempresariales/2017/03/que-son-los-estudios-de-viabilidad/>)
- Información general de Buenaventura. Disponible en (<http://www.Buenaventura.gov.co/articulos/informacion-general>)
- Sáenz Monsalve, M. (2020), Bebidas ancestrales y tradicionales de Colombia
- (Agüero y Otros, 2018)
- Tamayo (2007), El proceso de la investigación científica
- Chen (2020)
- (Betancourth, 12 de mayo de 20215)
- Miranda, X. (2011)
- Vargas. (2014)
- Acosta A. & Usúño H. (2013)
- (Ballester et al. 1989; Agelet y Vallés 2001; Longuefosse y Nossin 1996; citado en Volpato, Godínez y Beyra, 2009: 44-47).
- (Volpato, Godínez y Beyra, 2009)

- (Meza, 2010: 225)
- (Volpato, Godínez y Beyra, 2009: 44)
- (Pérez de la Riva 1979; Guanche and García 2000; citado en Volpato, Godínez y Beyra 2009: 44).
- Bounocore (1980)
- Sabino (1992:111-113)
- Naresh K. Malhotra (2004)
- (Urbina, 2010, p.15)

WEBGRAFÍA

- <https://www.gerencie.com/pasos-o-requisitos-para-crear-sociedad-comercial.html>
- https://prezi.com/z0u82a_smnzw/son-los-principios-basicos-y-practicas-generales-de-higiene/
- <https://viajala.com.co/blog/5-bebidas-tipicas-de-colombia>
- <https://www.corteconstitucional.gov.co/inicio/Constitucion%20politica%20de%20Colombia.pdf>
- <https://www.coctelerialamalavida.com/2015/04/21/el-panorama-de-la-cocteler%C3%ADa-en-colombia/#:~:text=La%20cocteleria%20para%20la%20mayor%C3%ADa,de%20herramientas%20o%20cristaler%C3%ADa%20aut%C3%B3ctona.>
- <https://es.slideshare.net/Mariaguevaraaguilera/tipos-de-estructura-organizativa-71398256#:~:text=Organizaci%C3%B3n%20Lineo%2D%20funcional%20Es%20una,mas%20aplicable%20en%20las%20empresas.>
- <https://infolibros.org/que-es-la-cocteleria/>
- <https://www.dinero.com/economia/articulo/desempleo-en-colombia-en-marzo-de-2020-llego-a-126/284862#:~:text=Desempleo%20en%20Colombia%20en%20marzo%20de%202020%20lleg%C3%B3%20a%2012%2C6%25>
- <https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/536/FUCLG0017440.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- <https://gyn-cafeliterario.blogspot.com/2011/12/analisis-foda-de-la-empresa-y.html>
- <https://www.euskadi.eus/presentacion-seguridad-industri>
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-48978110al/web01-a2indust/es/>

- <https://www.bonviveur.es/the-food-street-journal/origenes-e-historia-de-la-cocteleria>
- <https://www.coctelerialamalavida.com/2015/04/21/el-panorama-de-la-cocteler%C3%ADa-en-colombia/#:~:text=La%20cocteleria%20para%20la%20mayor%C3%ADa,de%20herramientas%20o%20cristaler%C3%ADa%20aut%C3%B3ctona>
- <https://www.20minutos.es/noticia/4301025/0/lista-cocteles-recetas-reparacion/?autoref=true>
- <https://www.20minutos.es/noticia/4301025/0/lista-cocteles-recetas-reparacion/?autoref=true>
- <http://www.unipacifico.edu.co:8095/unipaportal/documentos/rutadelviche.pdf>
- <https://mipropiojefe.com/el-papel-del-empresario-segun-israel-m-kirzner/#:~:text=Israel%20Meir%20Kirzner%20es%20considerado,reconocidos%20de%20la%20escuela%20austriaca.&text=Para%20Kirzner%2C%20la%20funci%C3%B3n%20primordial,la%20vista%20en%20el%20mercado>
- <http://patrimonio.mincultura.gov.co/Publicaciones%20Cocinas/Saberes%20y%20sabores%20del%20Pacífico%20Colombiano.pdf>
- [https://es.wikipedia.org/wiki/Viche_\(bebida\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Viche_(bebida)).
- <https://www.drinksco.es/blog/elaboracion-vodka-1693824#:~:text=El%20vodka%20se%20produce%20generalmente,al%20agua%20y%20el%20etanol>
- <https://www.elheraldo.hn/opinion/763395-368/importancia-de-la-recreaci%C3%B3n-en-el-ser-humano>
- <http://www.Buenaventura.gov.co/articulos/informacion-general>
- <https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2016/02/Dise%C3%B1o-Muestral-EME-4.pdf>

- <https://es.slideshare.net/Mariaguevaraaguilera/tipos-de-estructura-organizativa-71398256>.
- https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_FODA#:~:text=8%20Enlaces%20exter,An%C3%A1lisis%20interno,de%20los%20consumidores%2C%20entre%20otros.
- <https://www.eltiempo.com/cultura/gastronomia/biche-es-un-destilado-colombiano-por-descubrir-425496>.
- <https://www.minsalud.gov.co/salud/Paginas/inocuidad-alimentos.aspx>.
- http://www.essalud.gob.pe/downloads/ceprit/BoletinCPR07_.pdf.